



Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Mie Gacoan Kartasura

Bilal Achmad Zaki Ramadhan^{1*}, Daryanti², Nur Safitri³, Umi Nur Khasanah⁴, Missyel Rosdiana Eviyani⁵, Anggi Ratnawati⁶

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Abstract

Consumer satisfaction is a consumer feeling, both in the form of pleasure and disappointment that arises from comparing and evaluating a product related to consumer expectations for the product. The purpose of this study is to determine the level of consumer satisfaction with product attributes, in this case Mie Gacoan Kartasura, which can then be used as material for evaluating the company's business program as a consideration in determining future policies. This research is a type of quantitative research using a combination of primary data sources (distribution of questionnaires) and secondary (literature study) using descriptive analysis techniques, IPA (Importance Performance Analysis), and CSI (Customer Satisfaction Index). The results of data analysis in this study indicate that consumers are satisfied with the product quality and service of Mie Gacoan Kartasura.

Keywords: *Consumer Satisfaction; Product Quality; Product Service Level*

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik berupa kesenangan maupun kekecewaan yang timbul dari membandingkan dan mengevaluasi suatu produk terkait dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, dalam hal ini Mie Gacoan Kartasura, yang kemudian dapat dijadikan bahan evaluasi terhadap program usaha perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan di masa yang akan datang. Penelitian

Corresponding author

Email: ¹bilalzaki110@gmail.com, ²missyelrosdiana@gmail.com, ³daryanti158@gmail.com, ⁴anggiratna4553@gmail.com, ⁵uminur1807@gmail.com, ⁶nursafitri10ak2@gmail.com

ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan kombinasi sumber data primer (sebaran kuesioner) dan sekunder (studi literatur) dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, IPA (Importance Performance Analysis), dan CSI (Customer Satisfaction Index). Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan Mie Gacoan Kartasura.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk; Tingkat Pelayanan Produk

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, berbagai usaha kuliner dengan keunikan dan keunggulannya bermunculan secara pesat. Usaha kuliner ini sangat diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi milenial. Salah satu jenis makanan yang populer di Indonesia adalah makanan pedas. Tingginya jumlah bisnis kuliner makanan pedas di Indonesia telah memicu persaingan yang ketat di antara para pelaku usaha. Oleh karena itu, para pelaku usaha kuliner dituntut untuk mengembangkan strategi yang menarik, termasuk dalam hal harga, rasa, dan kualitas pelayanan. Tujuan utamanya adalah untuk menarik minat konsumen agar lebih memilih dan membeli produk mereka dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Seperti halnya Mie Gacoan yang merupakan produsen mie pedas yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia dan telah berdiri sejak awal tahun 2016 (Prasasti & Maisara, 2022).

Produk mie pedas di Indonesia sendiri sangat beragam. Dari fenomena tersebut peneliti memilih Mie Gacoan Kartasura sebagai obyek penelitian. Mie Gacoan Kartasura sendiri merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Pesata Pora Abadi yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi Nomor 368, Dusun I, Makamhaji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Peneliti memilih Mie Gacoan Kartasura sebagai objek penelitian karena cabang tersebut termasuk baru sehingga peneliti ingin mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas dalam pelayanan dan kualitas produk dari Mie Gacoan dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap program usaha perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan di masa yang akan datang.

Pesatnya perkembangan di industri jasa makanan telah memicu pertumbuhan yang pesat pula dalam sektor restoran cepat saji. Dengan semakin banyaknya restoran cepat saji yang beroperasi, hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat di antara mereka. Setiap restoran cepat saji berusaha melakukan berbagai strategi untuk unggul dalam persaingan, salah satunya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan karena hal ini merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Saat ini diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) (Supranto, 2006). Dalam dunia bisnis atau usaha, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*service*), kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan kelanjutan usaha pihak perusahaan (Riadi et al., 2021).

Kecepatan pelayanan di restoran merupakan faktor yang berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan menginginkan pesannya disajikan dan dihidangkan dengan cepat, terutama jika mereka memiliki jadwal yang sibuk dan terbatas waktu. Karena adanya permintaan ini, banyak restoran cepat saji bermunculan dan berusaha bersaing untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka dengan tujuan membuat konsumen merasa lebih puas dan setia terhadap restoran tersebut (Gunawan et al., 2022).

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan semakin meningkat minat para konsumen untuk membeli produk tersebut (Ernawati, 2019). Menurut pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (selanjutnya disebut dalam UU pangan) mengatur pencantuman label dalam atau pada kemasan yang sedikit informasi seperti: nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi,

tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa, nomor izin edar bagi pangan olahan, dan asal usul bahan pangan tertentu.

Beberapa metode dalam pengukuran kepuasan konsumen diantaranya *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan metode ini antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya rendah (Anggraeni, Deoranto, & Ikasari, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranata et al., (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan tingkat pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Handriati et al. (2015). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yudha et al. (2022) menunjukkan bahwa tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pohandry, Yusuf, & Winarni (2013) dan Jentrasaswin et al. (2018), penelitian tersebut menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di restoran cepat saji McDonald's. Dengan demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu tersebut pada objek yang diteliti yaitu Mie Gacoan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan Kartasura. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan, sehingga diperoleh gambaran utuh posisi atau kinerja saat ini yang kemudian dapat disimpulkan kinerja apa saja yang perlu dievaluasi dan dipertahankan oleh Mie Gacoan untuk masa yang akan datang. Gambaran yang diperoleh kemudian menjadi masukan untuk mempertahankan konsumen dan melakukan pengembangan serta mencapai target perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Mie Gacoan Kartasura yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi Nomor 368, Dusun I, Makam Haji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Juli 2023. Sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang akan diteliti diantaranya: pernah membeli produk Mie Gacoan Kartasura minimal dua kali; berdomisili di Solo Raya (Klaten, Wonogiri, Karanganyar, Kota Surakarta, Sukoharjo, Boyolali, dan Sragen); berusia 17-45 tahun

Ukuran sampel yang sesuai, menurut Ferdinand (Putro, 2014) adalah antara 100 dan 200. Untuk setiap indikator, disarankan ukuran sampel minimal 5 sampai 10. Sehingga, jika ada 20 indikator, ukuran sampelnya adalah 100. Dalam penelitian ini terdapat 6 indikator, maka dari itu dapat diperoleh perhitungan 10×6 . Jadi, sampel yang diteliti oleh peneliti adalah 60.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen mie gacoan Kartasura, sedangkan variabel independen adalah kualitas produk dan tingkat pelayanan. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu identitas responden dan petunjuk pengisian, daftar pertanyaan pada tingkat kepuasan dan daftar pertanyaan pada tingkat kepentingan. Setelah kuesioner akhir terbentuk, langkah selanjutnya adalah menguji validitas dan reliabilitas kuesioner kepada 30 sampel yang sesuai dengan kriteria sampel peneliti. Apabila hasil dari pengujian 30 sampel tersebut telah valid dan reliabel, maka kuesioner dapat disebarakan kepada target sampel yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah penyebaran kuesioner. Ada tiga teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: analisis deskriptif untuk mengetahui informasi mengenai karakteristik responden yang meliputi domisili dan usia, analisis IPA, dan analisis CSI.

Ada beberapa analisis data yang dilakukan yaitu: 1) Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui tujuan penelitian pertama. 2) Analisis tingkat

kepentingan dan kepuasan konsumen (IPA) dan CSI (Customer Satisfaction Index) dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian kedua. Pengolahan analisis data dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel 2013 dan Solution (SPSS) versi 23 for Windows. SPSS kepanjangan dari Statistical Product and Service Solution. Program pengolah data statistik khusus yang paling terkenal dan sering digunakan di dunia disebut SPSS. SPSS digunakan untuk kepentingan riset pasar, pengendalian dan perbaikan mutu (quality improvement), serta riset-riset sains. Ketenaran SPSS sekarang ini dijadikan sebagai alat untuk pengolahan data (Umam & Hariastuti, 2018).

Uji validitas merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu alat ukur. Alat ukur yang berupa daftar pertanyaan dalam kuisioner. Kuesioner dapat dinyatakan valid jika kuesioner tersebut dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai sesuatu yang akan digali dengan baik oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor item indikator dengan total skor konstruk (Janna & Herianto, 2021). Uji validitas ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23 for windows.

Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka indikator dalam kuesioner dikatakan valid. Nilai validitas dari setiap jawaban yang diperoleh lebih besar dari 0.3, maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid. Uji reliabilitas merupakan sebuah indeks yang memperlihatkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya ataupun diandalkan (Janna & Herianto, 2021). Uji reliabilitas instrumen penelitian adalah uji yang digunakan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian (Supranto, 2006).

Uji realibilitas menggunakan metode Cronbach Alpha (α) dengan bantuan program SPSS versi 23 for windows. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai pada Cronbach's Alpha dengan tingkat/taraf signifikan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan tergantung dengan kebutuhan pada penelitian yang biasanya menggunakan nilai 0,7. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari tingkat/taraf signifikan maka instrumen dinyatakan reliabel dan begitupun sebaliknya (Darma, 2021).

Wahyuni et al., (2022) metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan model multi-properti yang dapat digunakan untuk menganalisis performa pada suatu badan organisasi. Metode ini biasanya juga digunakan untuk mengukur seberapa tingkat kepuasan yang diterima konsumen.

Customer Satisfaction Index (CSI) atau indeks kepuasan pelanggan, adalah suatu metode yang menggunakan skala indeks untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut khusus. Atribut yang dievaluasi mungkin berbeda-beda tergantung pada industri dan perusahaan yang bersangkutan. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan informasi yang diinginkan oleh perusahaan daripada konsumen (Umam & Hariastuti, 2018).

Metode CSI ini dapat melakukan penilaian secara berkala untuk memberikan peningkatan kualitas pelayanan yang dirasa kurang oleh konsumen. CSI tidak hanya terkait dengan tingkat kepuasan saja, tetapi juga merupakan metode yang dapat mengumpulkan informasi mengenai dimensi atau atribut yang perlu diperbaiki. Metode ini mudah dan sederhana dalam penggunaannya. (Yuriandhan et al., 2022).

Langkah-langkah pengerjaan untuk metode *Customer Satisfaction Index* (SCI) menurut Amri et al. (2020) adalah sebagai berikut. Pertama, menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) merupakan mean (rata-rata dari nilai kepentingan atribut. Adapun *Mean Satisfaction Score* (MSS) merupakan mean (rata-rata) dari nilai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

N = jumlah responden

Y_i = nilai kepentingan atribut Y ke-i

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

N = jumlah responden

Y_i = nilai kepentingan atribut Y ke-i

Kedua, menghitung *Weight Factors* (WF). *Weight factors* didapat dari perhitungan nilai MIS peratribut dibagi total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum_{MIS}} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS_i = nilai rata-rata kepentingan ke-i

P = atribut kepentingan ke-p

Ketiga, menghitung *Weight Score* (WS). *Weight Score* didapat dari perkalian WF (*Weight Factors*) dan rata-rata tingkat kepuasan (MSS).

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

Keterangan:

WF_i = faktor tertimbang ke-i

Keempat, menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan menggunakan rumus berikut.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{5} \times 100\%$$

Keterangan:

P = atribut kepentingan ke-p

HS = skala maksimum yang digunakan (high scale)

Adapun kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* dibagi menjadi lima kategori, mulai dari sangat tidak puas sampai puas.

Tabel 1. Kategori/Kriteria Nilai CSI

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1.	>0,81	Sangat puas
2.	0,66 - 0,80	Puas
3.	0,51 - 0,65	Cukup puas
4.	0,35 - 0,50	Tidak puas
5.	0,00 - 0,34	Sangat tidak puas

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kuesioner

Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner atribut produk pada tingkat kuesioner pada tingkat kepuasan berkisar 0,133 - 0,482. Sedangkan atribut produk pada tingkat kepentingan berkisar 0,288 - 0,713. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh atribut produk yang diuji menunjukkan angka valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Selanjutnya berdasarkan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepuasan pada atribut produk sebesar 0,781. Sedangkan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepentingan pada atribut produk sebesar 0,846. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar 0,700, sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan pada kuesioner reliabel dan dapat dipercaya, serta memenuhi syarat sebagai tolak ukur untuk pengambilan data dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian

Karakteristik responden diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden mie gacoan berdasarkan domisili dan usia. Dari hasil analisis diketahui bahwa responden sebgayaan besar berdomisili di Boyolali (29,1%), kemudian Sukoharjo (22,7%), Klaten (15,5%), Karanganyar (14,5%), Solo (13,6%) dan Wonogiri (4,6). Semua responden berusia 17-25 tahun.

Analisis Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kepuasan

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana harapan dan kepuasan yang dirasakan terhadap mie gacoan Kartasura. Berdasarkan tabel 2 dan tabel 3 diketahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas produk dan kualitas pelayanan Mie Gacoan diperoleh skor rata-rata 301 - 400 adalah rentang skala "Sangat Puas dan Sangat Penting".

Tabel 2. Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Atribut Produk Mie Gacoan

Atribut Produk	Tingkat Kepuasan				Total Skor
	1	2	3	4	
Rasa dan kualitas dari Mie Gacoan	0	5	58	47	372
Jaminan produk Mie Gacoan (halal, higienis, aman dikonsumsi)	0	9	54	47	368
Ketahanan Mie Gacoan	1	26	59	24	326
Variasi Bentuk dan Bentuk Mie	2	12	56	40	354
Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan	3	14	60	33	343
Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan	6	19	49	36	335

Tabel 3. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Terhadap Atribut Mie Gacoan Kartasura

Atribut Produk	Tingkat Kepuasan				Total Skor
	1	2	3	4	
Rasa dan kualitas dari Mie Gacoan	0	2	44	61	497
Jaminan produk Mie Gacoan (halal, higienis, aman dikonsumsi)	0	4	47	57	383
Ketahanan Mie Gacoan	2	9	49	48	367
Variasi Bentuk dan Bentuk Mie	3	4	58	45	364
Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan	3	14	60	33	390
Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan	0	7	34	66	381

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

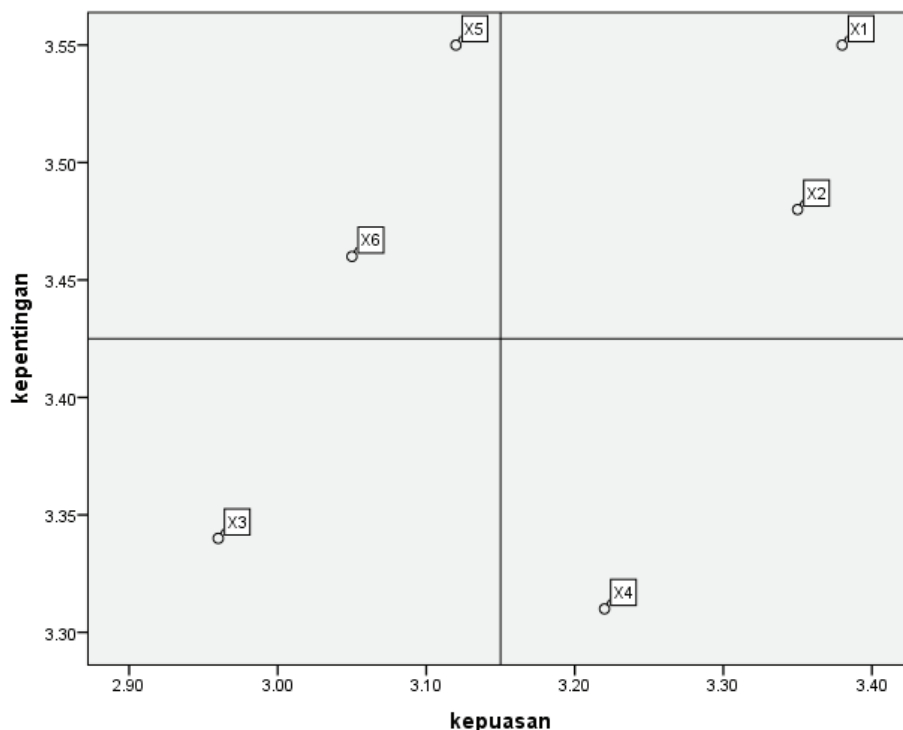
Kepuasan konsumen diketahui dengan cara melakukan penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan selama konsumen membeli mie di Mie Gacoan Kartasura. Langkah awal analisis kepuasan adalah membuat distribusi frekuensi sederhana berdasarkan skor penilaian responden Terhadap atribut-atribut tingkat kepuasan (X) dan kepentingan (Y), lalu skor jawaban tersebut dibuat rataannya. Skor rataannya kepuasan (\bar{X}) dan skor rataannya kepentingan (\bar{Y}) dijumlah keseluruhan, lalu dibuat rataannya secara keseluruhan. Skor penilaian kepentingan dan kepuasan masing-masing atribut dapat dilihat pada:

Tabel 4. Skor Nilai Rataan Keseluruhan Tingkat Kepuasan Dan Tingkat Kepentingan Atribut Produk Mie Gacoan Kartasura

No	Atribut Produk	(\bar{X})	(\bar{Y})
1	Rasa dan kualitas dari Mie Gacoan	3.38	3.55
2	Jaminan produk Mie Gacoan (halal, higienis, aman dikonsumsi)	3.35	3.48
3	Ketahanan Mie Gacoan	2.96	3.34
4	Variasi Bentuk dan Bentuk Mie	3.22	3.31
5	Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan	3.12	3.55
6	Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan	3.05	3.46
Skor rata-rata keseluruhan		3.18	3.45

Analisis Kuadran

Setelah diperoleh hasil skor rata-rata, selanjutnya adalah analisis kuadran menggunakan diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius Untuk Atribut Produk

Keterangan:

X1. Rasa dan Kualitas Mie Gacoan

X2. Jaminan Produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi)

X3. Ketahanan Mie Gacoan

X4. Variasi Bentuk dan Bentuk Mie

X5. Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan

X6. Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan

Hasil analisis tersebut dapat digunakan untuk bahan evaluasi dan merumuskan strategi untuk memperbaiki kinerja dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari analisis diagram kartesius diatas, dapat diketahui bahwa terdapat atribut Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan dan Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan yang berada pada kuadran I. Kemudian atribut rasa dan kualitas mie serta jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi pada kuadran II. Adapun atribut ketahanan mie gacoan berada pada kuadran III, yang menunjukkan bahwa atribut tersebut kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut Variasi Bentuk dan Bentuk Mie berada pada kuadran IV.

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan yang dilakukan pada Tabel 5, diperoleh hasil bahwa CSI untuk atribut Mie Gacoan adalah 79.51%. Berdasarkan Tabel 5, terlihat bahwa atribut rasa dan kualitas mie serta Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan memiliki *weighted factor* (WF) tertinggi (17.14). Dapat dijelaskan bahwa atribut tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi mutu dari Mie Gacoan. Keberadaan atribut ini harus dipertahankan oleh pihak perusahaan Mie Gacoan, karena atribut ini merupakan keunggulan dari segi mutu produk yang dimiliki Mie Gacoan dengan nilai Weight Score tertinggi (57.97).

Tabel 5. Hasil Perhitungan CSI

No	(\bar{Y})	(WF)	(\bar{X})	(WS)
1	3.55	17.14	3.38	57.97
2	3.48	16.84	3.35	56.32
3	3.34	16.13	3.96	47.81
4	3.31	16.00	2.22	51.49
5	3.55	17.14	3.12	53.45
6	3.46	16.75	3.05	51.00
Total	20.68	100.00	19.07	
Weighted Total (WT)				318.053
Customer Satisfaction Index (CSI)				79.51%

Pembahasan

Dari analisis diagram kartesius yang telah disajikan dalam hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa terdapat atribut Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan dan Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan yang berada pada kuadran I. Kuadran I merupakan atribut yang perlu ditingkatkan, perusahaan harus melakukan perbaikan secara terus menerus. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Candra et al. (2015), kuadran ini berisi atribut-atribut yang dianggap signifikan oleh pelanggan, namun atribut-atribut tersebut masih belum mampu memberikan tingkat kepuasan yang memadai bagi konsumen.

Kemudian atribut rasa dan kualitas mie serta jaminan produk (halal, higienis, dan aman untuk dikonsumsi) pada kuadran II. Kuadran II merupakan atribut yang perlu dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan. Adapun atribut ketahanan mie gacoan berada pada kuadran III, yang menunjukkan bahwa atribut tersebut kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut Variasi Bentuk dan Bentuk Mie berada pada kuadran IV. Kuadran IV merupakan Atribut-atribut yang dinggap kurang penting bagi pelanggan namun kinerjanya dianggap terlalu berlebihan berada pada kuadran ini (Simatupang et al., 2020).

Pada perhitungan CSI untuk atribut Mie Gacoan diperoleh hasil 79.51%. Nilai tersebut dalam *Index* Kepuasan Pelanggan tergolong dalam kriteria

Customer Satisfaction Puas (0,66-0,80). *Weighted Factor* (17.14) dan *Weight Score* (57.97) tertinggi dimiliki oleh atribut rasa dan kualitas mie serta Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan. Atribut tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi mutu dari Mie Gacoan. Beberapa elemen yang mempengaruhi mutu produk makanan meliputi citarasa, aroma, tekstur, keawetan, tampilan, kematangan, dan variasi pilihan makanan (Sari, 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maka dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan atribut produk Mie Gacoan diperoleh skor rata-rata 301 - 400 adalah rentang skala "Sangat Puas". Sedangkan tingkat kepentingan atribut produk Mie Gacoan Kartasura semua atribut termasuk kedalam skala penting dimana semua atribut rata-rata dalam rentang skala 301 - 400 menyatakan bahwa tingkat kepentingan yang dirasakan "Sangat Penting".

Berdasarkan analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dapat diketahui bahwa terdapat atribut Kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan dan Kecepatan pelayanan karyawan Mie Gacoan yang berada pada kuadran I. Adapun atribut rasa dan kualitas mie serta jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi) pada kuadran II. Sedangkan pada kuadran III terdapat atribut ketahanan mie gacoan. Pada kuadran IV terdapat atribut Variasi Bentuk dan Bentuk Mie.

Berdasarkan dari hasil analisis tingkat kepuasan (IPA) dan analisis indeks kepuasan konsumen (CSI) diperoleh hasil sebesar 79.51%. Artinya tingkat kepuasan total terletak diantara rentang 0.66 - 0.80, yang berarti konsumen puas terhadap atribut produk Mie Gacoan Kartasura. Mie Gacoan Kartasura telah berhasil memberikan produk bermutu, yaitu sesuai dengan harapan konsumen.

Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran. Berdasarkan hasil dari Importance Performance Analysis (IPA) pihak Mie Gacoan perlu melakukan evaluasi dan perbaikan secara terus menerus terhadap atribut kesopanan dan keramahan karyawan Mie Gacoan dan Kecepatan pelayanan karyawan. Selain itu pihak Mie Gacoan juga harus mempertahankan atribut rasa dan kualitas mie serta jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi) dikarenakan konsumen telah menilai hal ini baik, maka dari itu diharapkan kepuasan konsumen yang maksimal tetap terjaga.

REFERENSI

- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2014). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index, *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74–81.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian*. Guepedia.
- Candra, T. K., Cepriadi, & Yusri, J. Y. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Mie Musbar Terhadap Atribut Produk. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian*, 2(1), 1–6.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Gunawan, I. G. N. A., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Sadyasmara, C. A. B. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Gogo Fried Chiken, Denpasar). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 10(4), 432–443. <https://doi.org/10.24843/JRMA.2022.v10.i04.p05>

- Handriati, A. A., Sunaryo, S., & Helia, V. N. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Servperf-Ipa-Csi. *Teknoin*, 21(4), 178-190. <https://doi.org/10.20885/teknoin.vol21.iss4.art4>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik Yang Benar: Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jentrasaswin, G. P., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Satriawan, I. K. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Restoran Cepat Saji Mcdonald's Cabang Robinson, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 125-134. <https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i02.p04>
- Pohandry, A., Yusuf, M., & Winarni. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysisserta Service Quality, *Jurnal Rekavasi*, 1(1), 21–29.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Voltvet Eatery And Coffee Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(4), 594-603. <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i04.p11>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Amri, H. R., Subagio, R. T., & Kusnadi. (2020). Penerapan Metode CSI Untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistem Cerdas*, 3(3), 241–252. <https://doi.org/10.37396/jsc.v3i3.86>
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal Of Management Science (JMS)*, 2(1), 41–60. <https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.320>

- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Simatupang, H., Widowati, S., & Riskiana, R. R. (2020). Evaluasi Website Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung Menggunakan Metode WEBUSE Dan Importance-Performance Analysis (IPA). *E-Proceeding Of Engineering*, 7(3), 9804–9821.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 0(0), 339–344.
- Wahyuni, N., Anggraeni, S. K., & Ambarwaty, T. R. (2022). Importance-Performance Analysis Untuk Pemetaan Indikator Kepuasan Kerja Karyawan Industri Komponen Otomotif Di Masa Pandemi. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 304-307. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.14455>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Yudha, E. P., Rifai, A. A., & Adela, A. S. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mcdonald's. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1003-1013. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7558>
- Yuriandhan, M. R., Yamani, A. Z., & Karima, H. Q. (2022). Implementasi E-Sales Berbasis Open Source Sebagai Transformasi Dan Efisiensi Proses Bisnis (Studi Kasus Penjualan Lokal PT Perkebunan Tambi). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 322–333. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.54>

