

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK PASTA DI PASTA GIO YOGYAKARTA

Yohana Rahma Anjani¹, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz², Mohammad Affan Fajar Falah²

INTISARI

Pasta merupakan salah satu jenis olahan gandum yang mulai digemari oleh banyak kalangan, terutama kalangan muda. Pasta menjadi peluang usaha dengan prospek menguntungkan. Pasta Gio Yogyakarta sebagai pelaku bisnis di bidang pasta memiliki *rating* penjualan yang rendah dan penurunan jumlah transaksi dalam dua tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa performansi Pasta Gio Yogyakarta belum maksimal dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pasta Gio Yogyakarta, *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen Pasta Gio Yogyakarta, serta *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi faktor kepuasan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan membutuhkan perbaikan.

Hasil dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen Pasta Gio Yogyakarta (Y) dipengaruhi kualitas produk (X_1), kualitas jasa (X_2), harga (X_3), kemudahan untuk mendapatkan (X_4), dan *emotional factor* (X_5) dengan persamaan regresi $Y = 1,719 + 0,017 X_1 + 0,070 X_2 + 0,322 X_3 + 0,041 X_4 + 0,956 X_5$. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pasta Gio Yogyakarta adalah *emotional factor*. Nilai kepuasan konsumen berdasarkan analisis regresi linier berganda sebesar 12,037 dengan kriteria 'Puas' dan nilai CSI yang diperoleh sebesar 77,15% dengan kriteria 'Sangat Puas'. Beberapa indikator untuk variabel kualitas produk, kualitas jasa, dan kemudahan untuk mendapatkan yang berada di kuadran II, yaitu kuadran yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja tinggi, perlu dipertahankan.

Kata Kunci : pasta, kepuasan konsumen, analisis regresi linier berganda, *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA)

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²Staf Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS IN PURCHASING PASTA PRODUCT AT PASTA GIO YOGYAKARTA

Yohana Rahma Anjani¹, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz², Mohammad Affan Fajar Falah²

ABSTRACT

Pasta is one of the most popular whole grain product that are liked by people, especially young adults. Pasta can be a profitable business opportunity. Pasta Gio Yogyakarta as a pasta business, has a low rate sales also a decline in transaction for the past two years. It means that Pasta Gio Yogyakarta has not give a maximum performance and it can affect customer satisfaction.

This research has been done by 100 respondents that filled the questionnaire. Purposive sampling method is used to do sampling. Multiple linear regression analysis is used to identify the most influential factor that affects the customer satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI) is used to identify the level of customer satisfaction at Pasta Gio Yogyakarta, and Importance Performance Analysis (IPA) is used to identify the indicator that has high priority scale to be improve.

Customer satisfaction at Pasta Gio Yogyakarta (Y) is affected by product quality (X₁), service quality (X₂), price (X₃), ease of obtaining (X₄), and emotional factor (X₅) with regression equation $Y = 1,719 + 0,017 X_1 + 0,070 X_2 + 0,322 X_3 + 0,041 X_4 + 0,956 X_5$. Emotional factor is the most influential factor that affects the customer satisfaction at Pasta Gio Yogyakarta. Based on multiple linear regression analysis, value of customer satisfaction is 12,037 with the criteria "Satisfied" and value of customer satisfaction by CSI is 77,15% with the criteria "Very Satisfied". Several indicators of product quality, service quality, and ease of obtaining in quadrant II, which is a quadrant with high importance and performance, need to be maintained.

Keywords : pasta, customer satisfaction, multiple linear regression analysis, customer satisfaction index (CSI), importance performance analysis (IPA)

¹The Student of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada

²The Lecturer Staff of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada