

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DAN PELAYANAN ROTI SOURDOUGH MENGGUNAKAN MODEL KANO

Danny Ramadhan¹, Dyah Ismoyowati², Suharno²

ABSTRAK

Dewasa ini, terjadi perubahan gaya hidup dimasyarakat dimana saat ini sudah banyak masyarakat yang peduli dengan apa yang dikonsumsi, manfaatnya, serta kandungan gizinya. Hal ini menciptakan gaya hidup baru dimasyarakat yaitu gaya hidup sehat. Kebun Roti sebagai salah satu pencetus dan produsen roti sehat yaitu berupa roti *sourdough* di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), tentunya memiliki potensi pasar yang besar saat ini karena adanya gaya hidup sehat dimasyarakat serta tingkat konsumsi roti masyarakat Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya.

Sebagai produsen roti *sourdough*, Kebun Roti tentunya ingin terus mengembangkan usahanya, agar usaha tersebut dapat terus bertahan dan semakin maju. Salah satu faktor terpenting adalah kepuasan konsumen, maka diperlukan upaya-upaya untuk dapat memuaskan konsumen, salah satunya dengan mengetahui atribut produk dan pelayanan yang berdampak pada kepuasan konsumen dengan menggunakan Model Kano. Model Kano merupakan metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan konsumen.

Hasil yang diperoleh yaitu terdapat 10 atribut produk dan 8 atribut pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada atribut produk terdapat 1 atribut kategori *must-be*, 7 atribut kategori *one dimensional*, 1 atribut kategori *attractive*, dan 1 atribut kategori *indifferent*. Sedangkan pada atribut pelayanan terdapat 4 atribut kategori *must-be* dan 4 atribut kategori *one dimensional*. Atribut yang masuk kategori *indifferent* sebaiknya dihilangkan dan yang *attractive* sebaiknya dipertahankan

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, Roti Sourdough, Model Kano.*

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP, UGM

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON SOURDOUGH BREAD PRODUCT AND SERVICE ATTRIBUTES USING KANO MODEL

Danny Ramadhan¹, Dyah Ismoyowati², Suharno²

ABSTRACT

Nowadays, there has been a transformation in community's lifestyle where many people are concerned with what they consumed, its benefit, and its nutritional content. This created a new lifestyle in the community that called healthy lifestyle. Kebun Roti as one of the initiator and produce the healthy bread in the form of sourdough bread in the region of Yogyakarta, certainly get a market's potential because of healthy lifestyle in the community and the level of bread consumption of Indonesian people continues to increase every year.

As a sourdough bread maker, Kebun Roti certainly wants to continue to develop its business, so that their business can continue to survive and develop. One of the most important factor is consumer satisfaction, it is necessary to be able to satisfy consumers, one of them is knowing the attributes of product and service that can bring impact on customer satisfaction by using the Kano Model. Kano model is a model that aims to categorize the attributes of products and services based on how well these attributes are able to satisfy consumers

The results show that 10 product attributes and 8 service attributes can affect customer satisfaction. In product attributes there are 1 attribute of must-be category, 7 attribute of one dimensional category, 1 attribute of attractive category, and 1 attribute as indifferent category . While at the service attribute there are 4 attributes of must-be category and 4 attribute one dimensional category. The attributes that belong to the indifferent category should be removed and the attractive category should be maintained.

Keywords : Consumer Satisfaction, Sourdough Bread, Kano Model.

¹Student of Agro-Industrial Technology, Faculty of Agro-Technology, Gadjah Mada University

²Lecturers of Agro-Industrial Technology, Faculty of Agro-Technology, Gadjah Mada University