

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS KEPUASAN KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK CABAI RAWIT DI PASAR TRADISIONAL MUKA CIANJUR

Oleh:

¹Hanisa Sismaya Lestari, ²R. Selfi Nendris Sulistiawan, ³Neng Siti Nurwasilah

E-mail:

¹hanisasismaya@unsur.ac.id, ²selfisulistiawan@gmail.com, ³nengsitinurwasilah@gmail.com

¹Program Studi Administrasi Bisnis Internasional, Fakultas Sains Terapan, Universitas Suryakencana

²SMKN 1 Karangtengah Cianjur

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains Terapan, Universitas Suryakencana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen pada kualitas produk cabai rawit dan menganalisis atribut-atribut yang harus dipertahankan dan diperbaiki kinerjanya oleh pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 60 responden. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, *Customers Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Untuk mengetahui tingkat kepuasan digunakan teknik analisis CSI dan untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang di pertahankan kinerjanya dan atribut apa saja yang bermasalah sehingga harus diperbaiki oleh pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur, digunakan teknik analisis IPA. Berdasarkan hasil analisis CSI, diperoleh nilai sebesar 84,08% yang menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas dengan kualitas produk cabai rawit di Pasar tradisional Muka Cianjur. Berdasarkan hasil analisis IPA, diperoleh bahwa atribut yang harus di pertahankan kinerjanya oleh pihak Pasar Muka berada di kuadran II dan atribut yang bermasalah yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya yaitu berada di kuadran I, yaitu harga produk yang terjangkau oleh konsumen dan harga produk yang sesuai dengan kualitas produk.

Kata Kunci: IPA, CSI, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

ABSTRACT

This study aims to determine consumer satisfaction with the quality of cayenne pepper products and analyze the attributes that must be maintained and improved performance by the Cianjur Muka Traditional Market. In this study, data were collected through questionnaires to find out respondents' responses to each variable. The research sample used was 60 respondents. This type of research uses quantitative descriptive analysis including validity tests, reliability tests, Customers Satisfaction Index (CSI), and Importance Performance Analysis (IPA). To find out the level of satisfaction, the CSI analysis technique is used and to find out what attributes are maintained and what attributes are problematic so that they must be corrected by the Cianjur Muka Traditional Market, IPA analysis techniques are used. Based on the results of the CSI analysis, a value of 84.08% was obtained which shows that consumers are very satisfied with the quality of cayenne pepper products at the Muka Cianjur traditional market. Based on the results of the IPA analysis, it was obtained that the attributes that must be maintained by the Advance Market are in quadrant II and the problematic attributes that are the top priority to improve their performance are in quadrant I, namely product prices that are affordable to consumers and product prices that are in accordance with product quality.

Keywords: IPA, CSI, Customer Satisfaction, Product Quality

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai peran yang penting dalam sektor pertanian, baik dari sisi sumbangan ekonomi nasional, pendapatan petani, penyerapan tenaga kerja maupun berbagai segi kehidupan masyarakat. Komoditas hortikultura dikelompokkan ke dalam empat kelompok utama yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan biofarmaka (tanaman obat-obatan). Mengingat banyaknya jenis komoditas yang harus ditangani dan berbagai pertimbangan strategis lain, selama ini pengembangan hortikultura diprioritaskan pada komoditas-komoditas unggulan (Soekirno, 2007).

Menurut Harpenas dan Dermawan (2009) Komoditas Hortikultura pada komoditi cabai rawit memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi seperti sebagai bumbu masakan, industri makanan dan obat-obatan. Semua itu juga dipengaruhi oleh tingkat permintaan yang meningkat, komoditi cabai rawit pernah mengalami harga jual yang fluktuasi paling tinggi di Indonesia. Maka dari itu Indonesia harus mengembangkan produksi dan produktivitas cabai rawit agar semakin meningkat. Cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) merupakan salah satu tanaman hortikultura dari famili *Solanaceae* yang tidak saja memiliki nilai ekonomi tinggi, tetapi juga karena buahnya yang memiliki kombinasi warna, rasa, dan nilai nutrisi yang lengkap (Kouassi et al, 2012).

Pasar Tradisional Muka Cianjur berdiri pada tahun 1983 dan merupakan salah satu pasar yang telah lama berdiri di Cianjur. Pasar ini memiliki luas tanah 9.320 m² bangunan 7117,40 m². Pasar tersebut terdiri dari: 529 kios, 747 los serta 957 pedagang lapak. Pihak yang mengelola Pasar Tradisional Muka sekarang yaitu mitra pemerintah yang bekerja sama dengan pemerintah antara lain UPTD Pasar Tradisional Muka Cianjur, Dinas Koperasi UKM Perdagangan dan Perindustrian. Pegawai pengelola dari pemerintah sebanyak 10 orang, petugas keamanan 18 orang, petugas kebersihan 15 orang, koordinator K5 1 orang. Pasar Tradisional Muka Cianjur juga dilengkapi fasilitas-fasilitas seperti: tempat parkir, tempat pembuangan sampah (TPS), mandi cuci kakus (MCK) dan masjid (Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2016).

Berdasarkan data rata-rata pedagang hasil wawancara di Pasar Tradisional Muka pada bulan Januari – Maret 2022 penjualan tertinggi diantara komoditas tersebut adalah pada bawang putih, diikuti oleh bawang merah, tomat, kacang endul, jengkol, dan penjualan cabai rawit menempati rata-rata penjualan terendah dibandingkan dengan komoditas lainnya. Pasar Tradisional Muka merupakan salah satu pasar yang menjual cabai rawit dengan harga yang

relatif tinggi. Penggunaan metode IPA ini berfungsi untuk mengetahui atribut mana yang kinerjanya masih buruk, dan atribut mana yang harus dipertahankan. Maka dari sini nantinya dapat ditentukan usulan perbaikan atribut yang penting namun kinerja masih buruk. Dengan adanya perbaikan nantinya dapat memperbaiki kualitas produk sehingga sesuai apa yang diharapkan yang berdampak pada kepuasan konsumen, sehingga nantinya diharapkan pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur dapat mengetahui dengan jelas pada bagian mana diperlukan perbaikan guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

Mengacu pada permasalahan yang hendak diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk cabai rawit di Pasar Tradisional Muka Cianjur.
2. Mengetahui atribut apa saja yang harus dipertahankan kinerjanya oleh pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur.
3. Mengetahui atribut produk yang bermasalah sehingga harus diperbaiki oleh pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Waktu Penelitian ini dilakukan selama 7 bulan yaitu pada bulan Januari – Juli 2022. Tempat penelitian ini dilakukan secara sengaja di Pasar Tradisional Muka di Jl. Dr. Muwardi Pasar No. II, Muka, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (Pengamatan)
observasi merupakan pengamatan fakta atau kegiatan yang diperoleh berdasarkan kenyataan penelitian ini menggunakan obyek observasi dengan melihat tempat, pelaku dan aktivitas yang ada di Pasar Tradisional Muka.
2. Interview (Wawancara)
wawancara merupakan proses pengumpulan data yang akan diteliti dan responden yang ingin diteliti.
3. Kuesioner (Angket)

kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur	Sumber Data
Kinerja (<i>Performance</i>) (X)	Kepuasan Konsumen, Irawan (2009:37): 1. Harga produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Kemudahan Produk Kualitas Produk, Kotler (2010): 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketahanan (<i>Durability</i>)	Likert	Primer
Kepentingan (<i>Importance</i>) (Y)	Kepuasan Konsumen, Irawan (2009:37): 1. Harga produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Kemudahan Produk Kualitas Produk, Kotler (2010): 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketahanan (<i>Durability</i>)	Likert	Primer

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan sampel tanpa peluang (*non-probability sampling*), yaitu dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan saja. Persyaratan untuk responden penelitian adalah pembeli dengan usia minimal 17 tahun yang sedang membeli ataupun yang pernah membeli produk cabai rawit selama 3 bulan ke belakang di Pasar Tradisional Muka. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5 sampai 10 buah dikali variabel

indikator. Jumlah indikator sebanyak 6 buah dikali 10 ($6 \times 10 = 60$), maka diperoleh hasil dari jumlah sampel minimal yang dibutuhkan yaitu 60 responden.

Metode Analisis

1. Uji Validitas

Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- Apabila r terhitung $> r$ tabel, maka item kuesioner valid.
- Apabila r terhitung $< r$ tabel, maka item kuesioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- Apabila koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0.6, maka kuesioner tersebut reliabel.
- Apabila koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0.6, maka koesioner tersebut tidak reliabel.

3. *Customers Satisfaction Indeks* (CSI) digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen secara keseluruhan. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut :

81% - 100% = Sangat Puas

66% - 80.99% = Puas

51% - 65.99% = Cukup Puas

35% - 50.99% = Kurang Puas

0% - 34.99% = Tidak Puas

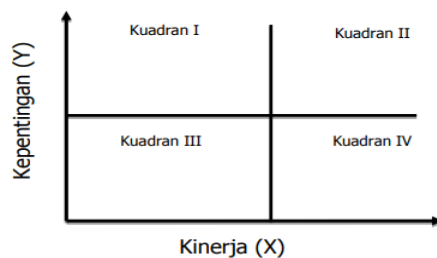
4. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut dengan cara mengukur tingkat kepentingan serta pelaksanaannya, seberapa penting suatu faktor pengubah produk bagi seorang konsumen terhadap kinerja yang diberikan adalah tingkat kepentingan bagi konsumen. Langkah – langkah Metode IPA:

- Menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja di Pasar Tradisional Muka Cianjur melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan.

Tabel 2.Kategori Tingkat Kesesuaian Kepentingan terhadap Kinerja

Tingkat Kesesuaian	Kisaran Kesesuaian (%)
Sangat Sesuai	80 – 100
Sesuai	70 – 79
Cukup Sesuai	60 – 69
Kurang Sesuai	50 – 59
Tidak Sesuai	40 – 49

- b) Menghitung rata-rata untuk setiap atribut di Pasar Tradisional Muka Cianjur dimana rata-rata atribut ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen.
- c) Menghitung seluruh atribut rata-rata kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas pada diagram kartesius.
- d) Melakukan pemetaan kedalam diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut masuk pada salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius.

Gambar 1. Diagram Kartesius IPA (*Importance Performance Analysis*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas Tingkat Kinerja (*Performance*) (X)

Variabel X	Kode	r – Hitung	r - Tabel (5%)	Status
Harga	A1	0,520	0,361	Valid
	A2	0,723	0,361	Valid
	A3	0,836	0,361	Valid
	A4	0,785	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan	A5	0,786	0,361	Valid
	A6	0,787	0,361	Valid
	A7	0,708	0,361	Valid
Kemudahan	A8	0,715	0,361	Valid
	A9	0,807	0,361	Valid
	A10	0,816	0,361	Valid
Kinerja	A11	0,768	0,361	Valid

	A12	0,869	0,361	Valid
	A13	0,871	0,361	Valid
	A14	0,697	0,361	Valid
Kehandalan	A15	0,873	0,361	Valid
	A16	0,765	0,361	Valid
	A17	0,831	0,361	Valid
Ketahanan	A18	0,835	0,361	Valid
	A19	0,904	0,361	Valid
	A20	0,768	0,361	Valid

Sumber : data primer (olahan)

Tabel 4. Uji Validitas Tingkat Kepentingan (*Importance*) (Y)

Variabel Y	Kode	r – Hitung	r - Tabel (5%)	Status
Harga	A1	0,538	0,361	Valid
	A2	0,568	0,361	Valid
	A3	0,684	0,361	Valid
	A4	0,574	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan	A5	0,527	0,361	Valid
	A6	0,639	0,361	Valid
	A7	0,689	0,361	Valid
Kemudahan	A8	0,673	0,361	Valid
	A9	0,693	0,361	Valid
	A10	0,661	0,361	Valid
Kinerja	A11	0,630	0,361	Valid
	A12	0,730	0,361	Valid
	A13	0,673	0,361	Valid
	A14	0,654	0,361	Valid
Kehandalan	A15	0,757	0,361	Valid
	A16	0,700	0,361	Valid
	A17	0,805	0,361	Valid
Ketahanan	A18	0,858	0,361	Valid
	A19	0,779	0,361	Valid
	A20	0,838	0,361	Valid

Sumber : data primer (olahan)

Pada tabel 3 dan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung pada setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan r tabel (0,361) maka dapat disimpulkan bahwa semua atribut yang di uji dengan menggunakan uji Person Product Moment dinyatakan valid dan sah sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja (*Performance*) (X)

Variabel X	Cronbach's Alpha	Status
Kepuasan Konsumen	0,911	Reliable
Kualitas Produk	0,943	Reliable

Sumber : data primer (olahan)

Tabel 6. Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (*Importance*) (Y)

Variabel Y	Cronbach's Alpha	Status
Kepuasan Konsumen	0,821	Reliable
Kualitas Produk	0,909	Reliable

Sumber : data primer (olahan)

Pada tabel 5 dan tabel 6 menunjukkan bahwa semua atribut kinerja dan kepentingan yang diuji dengan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga layak digunakan untuk penelitian.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 7. Analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI)

Atribut	Kinerja	Kepentingan	MSS	MIS	WF(%)	Wsi
	Xi	Yi				
A1	157	261	2,62	4,35	3,76	16,37
A2	190	256	3,17	4,27	4,55	19,43
A3	158	246	2,63	4,1	3,79	15,52
A4	199	243	3,32	4,05	4,77	19,31
A5	215	251	3,58	4,18	5,15	21,55

A6	221	247	3,68	4,12	5,30	21,80
A7	229	254	3,82	4,23	5,49	23,23
A8	226	258	3,77	4,3	5,42	23,29
A9	228	263	3,8	4,38	5,46	23,95
A10	221	255	3,68	4,25	5,30	22,51
A11	227	253	3,78	4,22	5,44	22,94
A12	204	241	3,4	4,02	4,89	19,64
A13	225	265	3,75	4,42	5,39	23,81
A14	221	260	3,68	4,33	5,30	22,95
A15	215	255	3,58	4,25	5,15	21,90
A16	205	245	3,42	4,08	4,91	20,06
A17	215	250	3,58	4,17	5,15	21,47
A18	200	248	3,33	4,13	4,79	19,81
A19	208	247	3,47	4,12	4,98	20,52
A20	209	244	3,48	4,07	5,01	20,37
Jumlah	4173	5042	69,55	84,03	100,00	420,42
Rata – Rata			3,48	4,20	5,00	21,02
Csi = $(W_{si}/5) \times 100\%$						84,08

Sumber : data primer (olahan)

Berdasarkan perhitungan CSI pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* adalah 84,08%. Jika nilai ini didasarkan pada tabel indeks kepuasan konsumen, maka nilai 84,08% berada pada range 81% - 100%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen di Pasar Tradisional Muka Cianjur untuk atribut-atribut yang diuji dapat dikatakan sangat puas.

Importance Performance Analysis (IPA)

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tabel 8. Analisis Tingkat Kesesuaian

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki)
1	Harga	A1	157	261	0,60%
		A2	190	256	0,74%
		A3	158	246	0,64%
		A4	199	243	0,82%

2	Kualitas Pelayanan	A5	215	251	0,86%
		A6	221	247	0,89%
		A7	229	254	0,90%
3	Kemudahan	A8	226	258	0,88%
		A9	228	263	0,87%
		A10	221	255	0,87%
4	Kinerja (Performance)	A11	227	253	0,90%
		A12	204	241	0,85%
		A13	225	265	0,85%
		A14	221	260	0,85%
5	Kehandalan (Reliability)	A15	215	255	0,84%
		A16	205	245	0,84%
		A17	215	250	0,86%
6	Ketahanan (Durability)	A18	200	248	0,81%
		A19	208	247	0,84%
		A20	209	244	0,81%
Nilai Rata – Rata					0,83%

Sumber : data primer (olahan)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai hasil rata – rata tingkat kesesuaian atribut yaitu sebesar 0,83% masuk kedalam kategori tingkat kesesuaian yaitu “sangat sesuai”.

2. Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

Tabel 9. Nilai Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

Dimensi	Kode	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)
Harga	A1	Harga terjangkau	2,62	4,35
	A2	Harga sesuai dengan kualitas	3,17	4,27
	A3	Harga sesuai dengan keinginan konsumen	2,63	4,10
	A4	Harga Produk yang bervariasi	3,32	4,05
Kualitas Pelayanan	A5	Pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen	3,58	4,18
	A6	Respon yang tepat	3,68	4,12
	A7	Pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	3,82	4,23
Kemudahan	A8	Produk mudah di temukan	3,77	4,30
	A9	Akses yang mudah	3,80	4,38

	A10	Tidak membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan produk	3,68	4,25
Kinerja (Performance)	A11	Ketersediaan produk yang melimpah	3,78	4,22
	A12	Kualitas produk yang lebih bagus daripada pasar lain	3,40	4,02
	A13	Produk yang aman untuk di konsumsi	3,75	4,42
	A14	Produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen	3,68	4,33
Kehandalan (Reliability)	A15	Produk dapat diandalkan kualitasnya	3,58	4,25
	A16	Tidak ada kecacatan pada produk	3,42	4,08
	A17	Produk sesuai dengan kebutuhan konsumen	3,58	4,17
Ketahanan (Durability)	A18	Semua produk terjamin tidak ada kerusakan	3,33	4,13
	A19	Produk tidak mudah busuk	3,47	4,12
	A20	Produk dapat bertahan di ruang terbuka	3,48	4,07
Nilai Rata – Rata			3,48	4,20

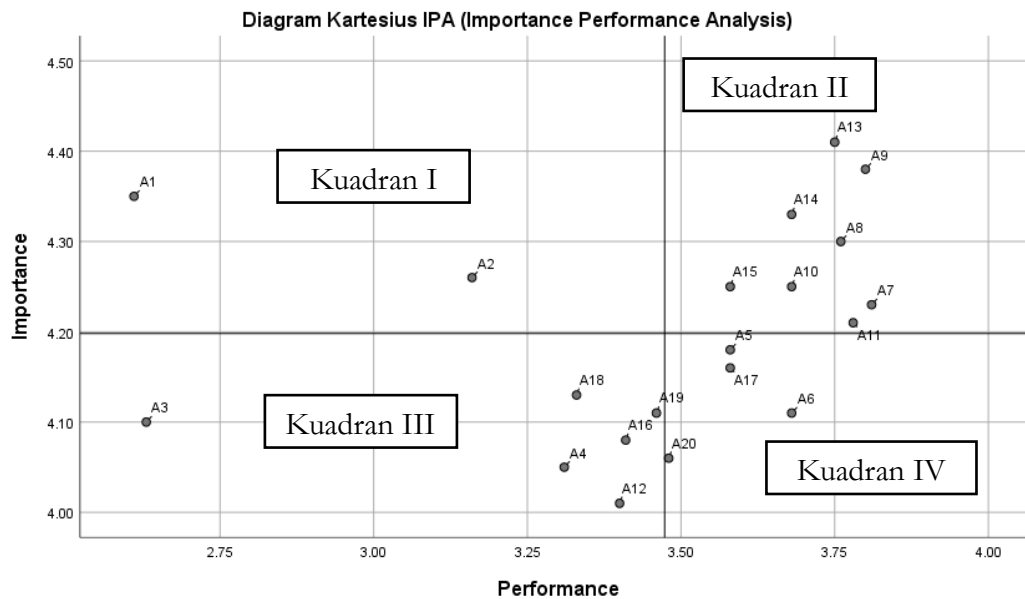
Sumber : data primer (olahan)

Berdasarkan tabel 9 persepsi rata-rata setiap atribut menjadi dasar untuk menentukan kinerja Pasar Tradisional Muka Cianjur yaitu dengan membandingkan nilai rata-rata (X) dari semua atribut diperoleh hasil 3,48. Nilai rata-rata yang diharapkan dari masing-masing atribut menjadi dasar untuk menentukan apakah suatu atribut penting, yaitu hasil yang diperoleh dengan membandingkannya dengan rata-rata (Y) seluruh atribut adalah 4,20. Hasil dari perhitungan tersebut merupakan titik perantara dalam menentukan apakah setiap atribut baik dan penting.

3. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut tiap dimensi kedalam empat kuadran yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III dan kuadran IV. Keempat kuadran menggambarkan kondisi yang berbeda satu sama lain. Keempat kuadran ini dibatasi oleh skor rata-rata tingkat kepuasan sebesar 3,48 pada sumbu x dan skor rata-rata pada tingkat kepentingan sebesar 4,20 pada sumbu y.

4. Pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut



Gambar 2. Hasil Diagram Kartesius IPA (*Importance Performance Analysis*)

Setiap kuadran menggambarkan situasi yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan/kinerja memungkinkan Pasar Muka untuk segera memperbaiki atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam waktu yang relatif singkat. Masing-masing kuadran tersebut dapat dijelaskan dengan penjelasan berikut :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I (Prioritas Utama). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden, namun kinerjanya masih rendah sehingga dapat dikatakan bahwa atribut ini mampu mempengaruhi kepuasan konsumen akan tetapi pada kinerja perusahaan atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan kepuasan konsumen. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah atribut harga untuk dilakukan perbaikan :

Tabel 10. Atribut Prioritas Kuadran I

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (X_i)
1	Harga	A1	2,62
		A2	3,17

Sumber : data primer (olahan)

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II (Pertahankan Prestasi). Atribut-atribut pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki kinerja yang tinggi. Atribut-atribut ini dirasakan penting dan telah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Atribut pada Kuadran II juga dapat diurutkan sesuai dengan prioritas yang ingin dipertahankan, yaitu :

Tabel 11. Atribut Prioritas Kuadran II

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)
1	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	A15	3,58
2	Kemudahan	A10	3,68
3	Kinerja (<i>Performance</i>)	A14	3,68
4	Kinerja (<i>Performance</i>)	A13	3,75
5	Kemudahan	A8	3,77
6	Kinerja (<i>Performance</i>)	A11	3,78
7	Kemudahan	A9	3,80
8	Kualitas Pelayanan	A7	3,82

Sumber : data primer (olahan)

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III merupakan kuadran prioritas rendah, artinya kuadran ini memuat beberapa atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, padahal kinerjanya tidak terlalu istimewa. Pada kuadran ini bukan berarti atribut tidak perlu diperbaiki, sehingga atribut ini perlu diperbaiki, karena atribut pada kuadran III memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dari yang diharapkan, tetapi bukan merupakan prioritas utama untuk perbaikan, yaitu :

Tabel 12. Atribut Prioritas Kuadran III

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)
1	Harga	A3	2,63
2	Harga	A4	3,32
3	Ketahanan (<i>Durability</i>)	A18	3,33
4	Kinerja (<i>Performance</i>)	A12	3,40
5	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	A16	3,42
6	Ketahanan (<i>Durability</i>)	A19	3,47

Sumber : data primer (olahan)

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut dalam Kuadran IV memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah tetapi kinerja yang lebih tinggi. Atribut pada Kuadran IV adalah:

Tabel 13. Atribut Prioritas Kuadran IV

No	Dimensi	Atribut	Tingkat Kepuasan (Xi)
1	Ketahanan (<i>Durability</i>)	A20	3,48
2	Kualitas Pelayanan	A5	3,58
3	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	A17	3,58
4	Kualitas Pelayanan	A6	3,68

Sumber : data primer (olahan)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan “*Importance Performance Analysis* Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Cabai Rawit Di Pasar Tradisional Muka Cianjur” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Customers Satisfaction Index* (CSI) nilai indeks kepuasan konsumen diperoleh nilai sebesar 84,08% dimana nilai ini berada pada range 81% - 100% yang artinya konsumen sangat puas dengan tingkat kinerja pada atribut-atribut yang telah disediakan oleh pihak Pasar Tradisional Muka Cianjur secara keseluruhan.
2. Atribut yang harus di pertahankan kinerjanya oleh pihak Pasar Tradisional Muka adalah atribut yang menempati pada kuadran II (Pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, produk cabai rawit yang mudah ditemukan, akses yang mudah untuk menemukan produk cabai rawit, tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan produk cabai rawit yang di inginkan, ketersediaan produk cabai rawit yang melimpah, produk cabai rawit yang aman untuk di konsumsi, produk cabai rawit yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, produk cabai rawit yang dapat di andalkan kualitasnya).
3. Didapatkan atribut yang bermasalah yaitu pada diagram kartesius di kuadran I yaitu “Harga”, yang mana atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kepuasan sangat rendah,

oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi perbaikan pada atribut-atribut yang bermasalah tersebut, yaitu:

- a) Atribut “Harga produk cabai rawit di Pasar Tradisional Muka terjangkau oleh konsumen”, dengan rekomendasi perbaikan harga produk cabai rawit di Pasar Tradisional Muka yang terjangkau oleh konsumen karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b) Atribut “Harga produk cabai rawit di Pasar Tradisional Muka sesuai dengan kualitas produk”, dengan rekomendasi perbaikan kualitas produk cabai rawit yang ada di Pasar Tradisional Muka disesuaikan dengan harga produk cabai rawit tersebut karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Adapun saran yang dapat ditemukan melihat kenyataan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Melihat kenyataan, penulis memberikan saran yang mungkin akan sangat berguna yakni sebagai berikut :

1. Bagi pedagang cabai rawit di Pasar Tradisional Muka

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga pedagang disarankan untuk lebih memperhatikan kembali dalam penentuan harga produk.

2. Bagi akademis

Diharapkan ada penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel lainnya sebagai variabel bebas, karena sangat dimungkinkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan ada peneliti yang melanjutkan penelitian ini ditempat yang berbeda dan dengan variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, S. M. (2017). *Kiat Sukses Budidaya Cabai Rawit*. Bio Genesis.
- Alunia Dwi Zahara T, N. S. (2021). *Analisis Produksi Dan Produktivitas Cabai Rawit (Capsicum Frutescens L) Di Indonesia*, 18 - 29.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Dedeh Siti Saodah, R. M. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur)*, 178 - 193.
- Desi Natalia Edowai, S. K. (2016). *Mutu Cabai Rawit (Capsicum Frutescens L) Pada Tingkat Kematangan Dan Subu Yang Berbeda Selama Penyimpanan*, 12-20.
- Dr. H. Mashur Razak, S. M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Gowa: Alauddin University Press.
- Fitriani Rahayu, C. B. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sambal Kemasan Untuk Formulasi Perbaikan Strategi Produk*, 47-55.
- Fitrianti, S. (2015). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Kawasan Wisata Lembah Harau*. 37 - 45.
- Fuadatinnisa, B. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang*, 7 - 34.
- Irvan Diahya, K. S. (2016). *Analisis Tingkat Kepuasan Petani Jagung Terhadap Pelayanan Lembaga Pemasarannya Di Kecamatan Lubuk Pinang Kabupaten Mukomuko*. *Agrisep*, 45 - 58.
- Kariyasa, I. K. (2019, Juli 02). *Buletin Konsumsi Pangan*. Retrieved From Portal Epublikasi Pertanian: [Http://Epublikasi.Setjen.Pertanian.Go.Id/Arsip-Buletin/53-Buletin-Konsumsi/620-Buletin-Konsumsi-Vol-10-No-1-2019](http://Epublikasi.Setjen.Pertanian.Go.Id/Arsip-Buletin/53-Buletin-Konsumsi/620-Buletin-Konsumsi-Vol-10-No-1-2019)
- M Yola, D. B. (2013). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa)*.
- Muchtadi, T. R. (2016). *Jenis Dan Varietas Hortikultura*, 1 - 3.
- Nathania Palar, P. A. (2016). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado*, 105 - 120.
- Oktaviani. (2015). *Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Pestisida (Studi Kasus Pada Usahatani Bawang Merah Di Desa Torongrejo, Kecamatan Junrejo, Kabupaten Malang)*.
- Pane, D. M. (2019, Oktober 28). *Manfaat Sayuran Hijau Untuk Kesehatan*. Retrieved From Alodokter.Com: [Http://Www.Alodokter.Com/Berbagai-Manfaat-Sayuran-Hijau-Untuk-Kesehatan](http://Www.Alodokter.Com/Berbagai-Manfaat-Sayuran-Hijau-Untuk-Kesehatan)

- Pitakasari, A. R. (2011, September 30). *Masih Rendah, Tingkat Konsumsi Sayuran Di Indonesia*. Retrieved From [Republika.Co.Id: https://www.Republika.Co.Id/Berita/Lsc2q1/Masih-Rendah-Tingkat-Konsumsi-Sayuran-Di-Indonesia](https://www.Republika.Co.Id/Berita/Lsc2q1/Masih-Rendah-Tingkat-Konsumsi-Sayuran-Di-Indonesia)
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Putu Anggi Ranitaswari, S. M. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee)*, 147 - 157.
- Raharjo, B. (2021, April 28). Pandemi Tak Ubah Perilaku Masyarakat Konsumsi Sayur.
- Sanusi Mulyo Widodo, J. S. (2018). *Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business To Customer*, 38-45.
- Setyo, P. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*, 759.
- Siregar, H. M. (2018). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik (Studi Kasus : Brastagi Supermarket Jl. Cut Mutia, Kota Medan)*.
- Supriyanto, B. (2021, Mei 20). Retrieved From Walau Ada Pandemi, Masyarakat Tak Perbanyak Konsumsi Sayur: [Http://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20210520/99/1396025/Walau-Ada-Pandemi-Masyarakat-Tak-Perbanyak-Konsumsi-Sayur](http://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20210520/99/1396025/Walau-Ada-Pandemi-Masyarakat-Tak-Perbanyak-Konsumsi-Sayur)
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah*, 17 - 23.