

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis kepuasan konsumen pada camilan Keripik Tempe Lek Ja'im dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepentingan atribut produk menurut konsumen secara keseluruhan berada pada kategori penting hingga sangat penting. Atribut kerenyahan memiliki nilai *Mean Importance Score* (MIS) tertinggi sebesar 4,6145, diikuti atribut rasa dan harga yang memperoleh nilai sama sebesar 4,5833, kemasan sebesar 4,5000, sedangkan atribut aroma memperoleh nilai terendah sebesar 4,1979 namun masih tergolong penting.
2. Tingkat kinerja atribut produk yang dirasakan konsumen secara keseluruhan sudah baik dan mampu memenuhi harapan. Atribut harga memperoleh nilai *Mean Satisfaction Score* (MSS) tertinggi sebesar 4,5833 diikuti kemasan sebesar 4,5208, rasa sebesar 4,4895, kerenyahan sebesar 4,4791, sedangkan aroma memperoleh nilai terendah sebesar 4,3333 meskipun tetap dalam kategori baik.
3. Prioritas perbaikan atribut berdasarkan IPA menunjukkan hasil sebagai berikut:
 1. Kuadran 1 (prioritas Utama): atribut kerenyahan, karena tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, sehingga menjadi fokus utama perbaikan.
 2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi): atribut rasa, kemasan, dan harga, karena tingkat kepentingan dan kinerjanya sama-sama tinggi sehingga perlu dipertahankan.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah): atribut aroma, karena tingkat kepentingan dan kinerjanya relatif rendah dibandingkan atribut lain, meski tetap perlu dijaga konsistensinya.
 4. Kuadran IV (Berlebihan): tidak terdapat atribut pada kuadran ini, yang menunjukkan bahwa upaya UMKM dalam meningkatkan kualitas produk telah sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen
4. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan CSI diperoleh nilai sebesar 89,67% yang berada pada rentang 81%-100% sehingga termasuk dalam kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa produk Keripik Tempe Lek Ja'im secara keseluruhan telah mampu memenuhi bahkan mendekati harapan konsumen.

Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Importance Performance Analysis* (IPA) berhasil mengidentifikasi atribut tingkat kerenyahan sebagai prioritas utama yang perlu ditingkatkan, sedangkan atribut rasa, kemasan, dan harga telah memiliki kinerja yang baik sehingga perlu dipertahankan. Di sisi lain, hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa konsumen secara keseluruhan berada pada kategori sangat puas terhadap Keripik Tempe Lek Ja'im. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan upaya perbaikan secara berkelanjutan terhadap atribut tersebut tanpa mengabaikan kualitas atribut lain yang telah dinilai baik oleh konsumen. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk secara konsisten diharapkan mampu mempertahankan tingkat kepuasan konsumen, meningkatkan daya saing produk, serta mendorong loyalitas konsumen terhadap Keripik Tempe Lek Ja'im.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Pelaku Usaha UMKM Keripik Tempe Lek Ja'im

- Memprioritaskan perbaikan pada atribut kerenyahan, karena berdasarkan hasil IPA atribut ini berada pada Kuadran I (prioritas utama) tingkat kepentingannya tinggi namun kinerjanya belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen. Perbaikan dapat dilakukan melalui standarisasi proses produksi, pemilihan bahan baku tempe yang lebih segar dan berkualitas, pengendalian proses penggorengan yang optimal, serta penggunaan kemasan yang mampu menjaga tekstur produk selama distribusi.
- Mempertahankan kualitas atribut rasa, kemasan, dan harga (Kuadran II) yang telah sesuai dengan harapan konsumen, agar tingkat kepuasan yang sudah tinggi tidak mengalami penurunan.
- Tetap menjaga konsistensi atribut aroma (Kuadran III) meskipun bukan prioritas utama, agar tidak menurunkan penilaian konsumen terhadap produk secara keseluruhan.
- Melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara periodik dan terstruktur, tidak hanya mengandalkan pengamatan empiris, agar perubahan persepsi dan harapan konsumen dapat terpantau sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Memperluas cakupan variabel penelitian dengan mempertimbangkan faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas pelayanan, inovasi produk, dan loyalitas konsumen.
- Menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta mencakup wilayah distribusi yang lebih luas, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih representatif.
- Mengembangkan penelitian dengan pendekatan analisis lanjutan, misalnya *Structural Equation Modeling* (SEM) atau uji beda antar

segmen konsumen, untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan antaratribut terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Pihak Terkait

- Menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam merancang program pembinaan dan pendampingan UMKM, khususnya di sektor olahan pangan tradisional.
- Memberikan dukungan berupa pelatihan manajemen kualitas produk dan bantuan teknologi produksi, guna membantu UMKM seperti Keripik Tempe Lek Ja'im meningkatkan daya saing dan memperluas pasar secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat sektor UMKM sebagai pilar perekonomian daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan pelanggan & pencapaian brand trust*. IKAPI No. 237/JTI/2019.
- Aditya Wardhana v. (2024). *Consumer Satisfaction In The Digital Edge – EDISI INDONESIA*.
- Agus Wahyudi, E. Y. (2025). *Pengaruh rasa, harga, dan kemasan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pizza abiku berdasarkan rating bintang pada aplikasi pesan-antar makanan*. 05(04), 1–14.
- Arista, D., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2021). *Pengaruh atribut produk kopi bubuk instan indocafe terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di kota pontianak*. 17(2), 83–94.
- Asnafi, N., Khoiriyah, N., & Rianti, T. S. M. (2025). *Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Makanan Ringan Chitato di Kota Malang*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 13(02).
- Brigadya, V., & Imran, A. N. (2023). *Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian Di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep*. 11(2), 201–210.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: tinjauan teoritis*.
- Dian, S., Siahaan, N., & Agustini, F. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)*. 2(1), 13–19.
- Fahmi, S. (2023). *Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik di Jawa Timur)*. 6(November 2022), 544–558.
- Fahrani, M. S., Setiawan, R., & Adiatma, D. (2025). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Consumer Satisfaction Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 9(2), 2438–2452.
- Fajri, L., Sugiarto, S., Anggraini, R., Sipil, M. T., Kuala, S., Aceh, B., Sipil, J. T., Teknik, F., Kuala, U. S., & Aceh, B. (2019). *Penerapan Metode Ipa (Importance Perfomance Analysis) Untuk Menganalisis Kepentingan Dan Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Trans Koetaradja (Studi Kasus : Koridor I Keudah – Darussalam)*. 2(2), 164–173.

- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test*. 4(3), 1812–1820.
- Harahap, J., & Mahyar, H. (2025). *Peningkatan Produktivitas dan Kualitas Keripik Tempe Ibu Dahlia dengan Menggunakan Mesin Pengiris Keripik dan Kompor Gas Tekanan Tinggi*. 9, 55–63.
- Ilmiah, J., Bisnis, M., Inovasi, D. A. N., & Sam, U. (2021). *Analisis indeks kepuasan pelanggan dan tingkat kepentingan untuk peningkatan kinerja koperasi karyawan republika*. 8(3), 857–877.
- Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Analisis Pengembangan UMKM Keripik Tempe di Desa Tanjung Putus untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Pengabdian Masyarakat*, 4.
- Junita, E., Respatiningtias, D. S., & Dekrijanti, A. R. I. (2025). *Strategi Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan terhadap Brand Awareness pada Produk Keripik Tempe Kiara Foodies*. 4(3), 7485–7490.
- Kartiko, K. H., Sukaesih, I., & Manunggal, B. (2025). *Pengaruh Orientasi Pasar , Inovasi , Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Kuliner Tangerang dengan Mediasi Teknologi*. 4(4), 1095–1102. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i4.6231>
- Kementrian Koprasi dan UMKM. (2023). *Arah kebijakan pengembangan UMKM & kewirausahaan 2025-2029*. <https://kemenkopukm.go.id/>
- Khamdan Rifa'i. (2023). *Kepuasan konsumen*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Mutiara, S., Suardi, A., & Kunci, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan , Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen*. 4(1), 411–427.
- Nufus, H., Sayekti, W. D., & Adawiyah, R. (2022). *Preferensi dan tingkat kepuasan konsumen banana crispy pada dua umkm di kecamatan gedong tataan. Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 10(3), 10(3), 347–354.
- Nugraha, N. B., Sellyana, A., & K. . (2021). *Implementasi metode customer satisfaction index (csi) untuk menganalisa kepuasan pelanggan pada family*. 6(2), 2–7.
- Prastio, T. E., dkk. (2023). *Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Keripik Tempe di UMKM Sanan Kota Malang*. 7(1), 57–64.

- Rahayu, S., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. 5(2), 2192–2207.
- Rahmi, M., & Nst, P. K. (2023). Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) (Studi Kasus: Mie Gacoan cabang Dr. Mansyur) *Maulidatur. Matematika*, 3, 15–29.
- Rangga, A., Nalendra, A., Givan, B., & Sa, I. (2020). *Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI*. 4(2), 294–306.
- Ratna, M., Setyaningrum, I., Ariani, M., Bagus, B., & Pramana, A. (2023). *Transformasi Perilaku Konsumen Di Era Digital: Studi Dan Implikasi Umkm Sambal Dede Satoe*. 10(3), 1789–1795. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.50505>
- Revita, I., Endaryanto, T., & Nurmayasari, I. (2020). *Sikap dan kepuasan konsumen terhadap produk tempe bermerek dan tempe tanpa merek di bandar lampung*. 8(3), 431–438.
- Saputra, R. A. K., Rohmah, A. M., Pribadi, T., Rohmah, S., Hardiyansyah, A., & Saputri, R. K. (2024). *Peningkatan omzet keripik tempe lek ja ' im melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi*. 11(3), 231–236.
- Schiebler, T., Lee, N., Brodbeck, F. C., & Lee, N. (2025). Expectancy - disconfirmation and consumer satisfaction : A meta - analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01078-x>
- Sembiring, R. R., Andika, B., & Halim, J. (2025). *Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Administrasi Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)*. 4, 356–367.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). *Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh)*. 1(4), 286–295.
- Shadrudin, R., & Ayu, D. P. (2022). *Peningkatan Inovasi Produk Keripik Tempe " Cipta Rasa " di Ketawang Madiun Pendahuluan*. 3(1), 97–111.
- Sugiiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Pnelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Trinoto, A. A., Zamakhsari, A., Studi, P., Informatika, T., Pelanggan, P. P., & Indonesia, K. A. (2021). *PELAYANAN PELANGGAN DENGAN METODE*

CSI DAN SERVQUAL. 5(3), 342–347.

Yuliana, R., Andriani, E., Nurmalia, A., Pertanian, F., & Bengkulu, U. D. (2024). *Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan*. *Consumer Behaviour on the Purchase Decision of Packaged Cooking Oil*. 5(1), 35–46.