

**PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
MAKANAN RINGAN BERBAHAN BAKU HASIL OLAHAN
PERTANIAN DI INDOMARET UNIT IR. SUKOWATI PANGKEP**

SKRIPSI

**VIRGANITA BRIGADYA
1954201018**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
YAYASAN PERGURUAN ISLAM MAROS
2023**

**PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
MAKANAN RINGAN BERBAHAN BAKU HASIL OLAHAN
PERTANIAN DI INDOMARET UNIT IR. SUKOWATI PANGKEP**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan
Universitas Muslim Maros
Yayasan Perguruan Islam Maros
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Melakukan Penelitian

VIRGANITA BRIGADYA

1954201018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
YAYASAN PERGURUAN ISLAM MAROS
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian Di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep

Atas nama mahasiswa :

Nama : Virganita Brigadya

NIM : 1954201018

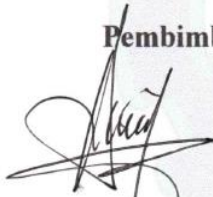
Program Studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan diteliti ulang, telah memenuhi persyaratan untuk di sahkan.

Maros, 10 September 2023

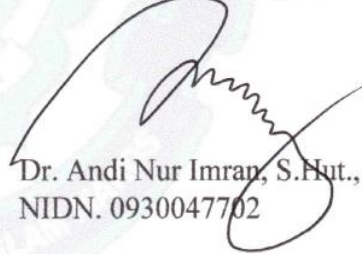
Menyetujui

Pembimbing I,



Dr. Abd. Asis Pata, SE., M.Si
NIDN. 0907046401

Pembimbing II.



Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si
NIDN. 0930047702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan
Universitas Muslim Maros,



Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si
NIDN. 0930047702

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN
RINGAN BERBAHAN BAKU HASIL OLAHAN PERTANIAN DI
INDOMARET UNIT IR. SUKOWATI PANGKEP**

disusun oleh :

Virganita Brigadya

1954201018

Telah diujikan,
Pada tanggal 23 Agustus 2023

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Dr. Abd. Asis Pata, S.E., M.Si	Ketua	
Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si	Anggota	
Dr. Azisah, S.TP., M.Si	Anggota	
Dr. Mohammad Anwar Sadat, S.P., M.Si	Anggota	

Maros, 10 September 2023

Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan

Universitas Muslim Maros

Dekan,



Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si

NIDN. 0930047702

PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya Virganita Brigadya menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan karya ilmiah ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan strata satu (S1) dari Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros maupun perguruan tinggi lain.

Semua informasi yang dimuat dalam karya ilmiah ini yang berasal dari penulis baik yang dipublikasikan atau tidak telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari karya ilmiah/skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Maros, 30 September 2023
Penulis

Virganita Brigadya
1954201018

PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang tidak henti kepada hamba-Nya. Shalawat serta salam selalu tecurahkan kepada Nabi Besar kita Nabi Muhammad SAW yang merupakan sang revolusi sejati hingga akhir zaman. Dalam skripsi ini, peneliti memfokuskan penelitian dengan judul **“Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian Di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep”**.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan penelitian. Penulis menyadari bahwa masih banyak tantangan yang mengganggu penelitian mereka selama proses penyelesaian dan penyusunan skripsi ini. Namun, dengan bantuan doa dan bimbingan dari semua pihak yang ikut terlibat dalam penyusunan skripsi ini, hingga penulis dapat mampu menyelesaikannya tepat waktu.

Ada banyak pihak yang memberikan perhatian, dorongan, bimbingan, dan dukungan untuk mencapai keberhasilan ini. Akibatnya, penulis dengan rendah hati menyampaikan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Nurul Ilimi Idrus, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Muslim Maros.
2. Bapak Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros.
3. Ibu Dr. Ir. Nirawati, S.Hut.,M.Hut.,IPM selaku Wakil Dekan I Fakultas

Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan Universitas Muslim Maros.

4. Ibu Dr. Azisah, S.TP., M.Si., selaku Ketua Program Studi Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Universitas Muslim Maros.
5. Bapak Dr. Abd. Asis Pata, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Andi Nur Imran, S.Hut., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah ikhlas meluangkan waktu, tenaga serta ilmunya dalam mengarahkan serta membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staff Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Kehutanan yang telah ikut memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Terkhusus kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Mahyuddin dan Ibunda Nurfatmawati yang senantiasa mengajarkan banyak hal dalam pengerjaan skripsi ini serta mendukung dan mendoakan sehingga berada di titik ini.
8. Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan untuk sahabat-sahabat terspesial saya yang bernama Syahrini Yahya, Nurul Sakinah Rifqayana Amru, Nadhifah Syadra Khumaira Al-Makhzumiyah dan Ridha Sari Agustina yang sangat banyak membantu saya, mendengarkan keluh kesah penulis, selalu memberikan semangat serta memberikan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan saya yaitu Nurmi, Suci Amelia, Jumiati Eka Sartika, Fahira Arsyad dan Nuryanti.B yang juga banyak memberi dukungan mulai dari awal semester hingga saat ini.

10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan Jurusan Agribisnis angkatan 2019 yang telah banyak membantu selama penyusunan skripsi.
11. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang juga ikut andil memberikan sumbangsih kepada penulis selama proses perkuliah hingga penulisan skripsi ini.

Penulis telah berusaha sekuat tenaga untuk menyempurnakan proposal ini. Tetapi sebagai manusia, kita pasti memiliki keterbatasan. Sehingga, penulis sangat menantikan kritik serta saran yang bersifat membangun dari segala pihak agar skripsi penelitian ini dapat disempurnakan.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala selalu merahmati kita semua, memberikan pahala kepada semua orang yang membantu penulis. Akhir kata, penulis meminta maaf atas segala kesalahan. Semoga skripsi ini bermanfaat. Terima kasih banyak. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Maros, 1 Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Virganita Brigadya, *Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Ir. Sukowati Pangkep* (dibimbing oleh Abd. Asis Pata dan Andi Nur Imran).

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui persepsi kepuasan para konsumen atas pembelian produk makanan ringan yang berbahan baku hasil olahan pertanian. Penelitian ini dilakukan di Indomaret Ir. Sukowati Pangkep yang terletak di Jl. Ir. Sukowati, Kelurahan Padoang Doangan Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang berbelanja produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Ir. Sukowati Pangkep. Sampel responden diambil dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan jumlah 30 responden. Data yang digunakan yaitu didapat dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh konsumen yang sudah berbelanja produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Ir. Sukowati Pangkep.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian pada semua indikator dengan kategori sangat puas. Dengan 3 produk makanan ringan dengan olahan kripik yaitu Chitato dari bahan baku kentang, Qtela dari bahan baku singkong, dan Happy tos dari bahan baku jagung.

Kata Kunci: Persepsi, Kepuasan, Konsumen, Produk, Makanan, Ringan, Olahan, Pertanian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Persepsi	4
B. Kepuasan Konsumen	7
C. Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian	10
D. Kualitas Produk	15
E. Harga Produk	18
F. Pasar Modern atau Indomaret	20
G. Penelitian Terdahulu	23
H. Kerangka Pikir	25
I. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel Penelitian	26
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Analisis Data	27
F. Definisi Operasional	29
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
A. Letak Geografis	31
B. Keadaan Penduduk	32
C. Data Produk-Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian yang Ada di Indomaret Unit Ir. Sukowati	33
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Identitas Responden	36
B. Deskripsi Persepsi Berdasarkan Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unit Ir.Sukowati Pangkep	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.	Indikator Jawaban Responden dan Skor Kuesioner	28
2.	Rumus Skor Ideal dengan interpretasi skor pada kategori	29
3.	Jumlah Penduduk di Kecamatan Pangkajene	32
4.	Data Nama-Nama Produk Makan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep	33
5.	Berdasarkan Umur Responden	36
6.	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	37
7.	Berdasarkan Tingkat Pendidikan	38
8.	Berdasarkan Pekerjaan Responden	38
9.	Berdasarkan Tingkat Penghasilan Responden	39
10.	Frekuensi Pembelian Responden Pada Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unir Ir. Sukowati Pangkep	40
11.	Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk	42
12.	Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Produk	45
13.	Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Lokasi Indomaret	47

DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir	25

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	56
2.	Data Responden	60
3.	Karakteristik Responden	63
4.	Hasil Perhitungan Karakteristik Responden pada Masing-Masing Variabel	65
5.	Dokumentasi	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumen merupakan individu atau kelompok berkemampuan dalam menentukan suatu pilihan dan melakukan membeli atas barang atau jasa yang dibutuhkan. Perilaku konsumen sangat penting untuk penilaian toko untuk meningkatkan kualitas pemasaran untuk meningkatkan keuntungan bisnis serta kepuasan konsumen. Konsumen yang puas pasti akan meningkatkan perilaku pembeliannya, baik secara teratur maupun sering. Produsen dapat memenuhi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasar yang ingin bersaing dengan pesaing harus mempertimbangkan harapan dan kepuasan pelanggan saat membandingkan pengalaman mereka saat membeli barang atau jasa dari penjual atau pemasok dengan harapan mereka sendiri. Harapan ini dibentuk oleh pengalaman pertama pembeli, umpan balik dari teman dan kenalan, serta janji dan informasi dari pemasar dan pesaing.

Kepuasan konsumen dirasakan apabila pelanggan telah membandingkan pengalaman saat membeli barang/jasa dari penjual atau pemasok barang atau jasa dengan harapan pembeli sendiri. Harapan ini terbentuk atas pengalaman pertama yang mereka rasakan saat membeli suatu barang/jasa, umpan balik dari teman serta kenalan, janji juga informasi dari pemasar hingga pesaing.

Indomaret merupakan jaringan mini market waralaba yang terdapat di Indonesia. Dimana mini market ini mampu menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok hingga kebutuhan sehari-hari. Indomaret dapat sangat mudah

dijangkau, terutama pada daerah perumahan, sekitar gedung perkantoran hingga fasilitas umum. Ini dipengaruhi oleh penempatan dari lokasi gerai yang didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Merek dari mini market Indomaret dimiliki oleh PT. Indomarco Prismatama. Dimana saat ini, gerai Indomaret telah mencapai lebih dari 7.868 pada wilayah Jawa, Madura, Bali, Sumatera serta Sulawesi yang 40% terdiri atas gerai milik terwaralaba dan 60% milik PT. Indomarco Prismatama. Barang dagangannya sebagian besar diperoleh dari 17 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 jenis produk.

Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep yang jadi tempat penelitian yang menjual berbagai macam makanan ringan. Terletak di Jl. Ir. Sukowati, Kel. Padoang Doangan, Kec. Pangkajene, Kab. Pangkep, Sulawesi Selatan. Pelayanan dimulai pada pukul 07.00 hingga pada pukul 22.00 WITA. Pada umumnya kebanyakan makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang di olah menjadi berbagai variasi. Masyarakat yang umumnya anak-anak senang membeli cemilan atau makanan ringan yang ada di Indomaret karena terbilang cukup lengkap apalagi ada produk-produk viral yang selalu jadi buruan masyarakat. Makanan ringan yang diteliti oleh peneliti ialah berbahan baku kentang, jagung, dan singkong yang terdiri dari merk produk Chitato, Qtela dan Happy Tos. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui persepsi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk makanan ringan berbahan baku tersebut.

Berlandaskan uraian latar belakang di atas, peneliti memutuskan untuk menetapkan penelitian dengan judul, “Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap

Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah didasarkan oleh latar belakang yang telah dirincikan, yaitu: Bagaimana Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian Di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep?

C. Tujuan Penelitian

Atas latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu: untuk mengetahui persepsi kepuasan konsumen terhadap produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atas penelitian ini, diharapkan:

1. Sebagai bahan masukan dan literasi bagi pihak yang terkait untuk mengetahui dan memberikan gambaran terkait peran penting kepuasan konsumen terhadap produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang ada di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep
2. Sebagai bahan informasi pada masyarakat dalam rangka mengetahui bagaimana peran penting dari persepsi berdasarkan kepuasan konsumen pada produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep.

3. Sebagai bahan acuan pada pemerintah untuk mengetahui pentingnya kepuasan konsumen pada produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang tersedia di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Persepsi

Persepsi adalah proses memahami informasi stimulus atau memberinya makna. Rangsangan diperoleh dari proses mempersepsikan hubungan antara objek, peristiwa, atau gejala, kemudian diolah oleh otak. Istilah persepsi ini umum digunakan dalam menyatakan suatu pengalaman atas suatu objek atau peristiwa yang telah dialami.

Menurut Machfoedz (2005), persepsi merupakan suatu proses dalam pemilihan, penyusunan, serta penafsiran informasi yang bertujuan untuk mendapatkan arti. Menurut Kotler dan Keller (2009:197), Persepsi konsumen ialah proses saat pembeli memilih, mengatur, hingga mampu menerjemahkan masukan informasi dalam menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Singkanya, persepsi tidak hanya tergantung terhadap rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan atas bidang yang ada disekitarnya. Sehingga persepsi akhirnya dapat timbul.

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Nasution (2005), terdapat beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi persepsi konsumen ketika mengevaluasi suatu produk atau jasa:

1. Kebutuhan serta keinginan terkait dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan saat mencoba menyelesaikan transaksi dengan produsen/supplier produk (perusahaan). Pada titik ini, jika kebutuhan dan keinginan tinggi, maka ekspektasi atau ekspektasi pelanggan akan tinggi begitu pula sebaliknya.

2. Pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi suatu produk perusahaan dan pesaingnya dalam menggunakan jasa juga dapat mempengaruhi tingkat persepsi konsumen.
3. Testimonial dari teman yang bercerita tentang kualitas produk yang akan dibeli oleh para pelanggan. Hal ini jelas berdampak pada persepsi pelanggan, terutama untuk produk yang dianggap berisiko tinggi.
4. Komunikasi melalui periklanan juga pemasaran dalam mempengaruhi persepsi pelanggan. Profesional penjualan serta periklanan tidak boleh melakukan kampanye yang melampaui ekspektasi pelanggan.

a. Proses Terjadinya Persepsi

Jadi pada dasarnya, orang hanya memperhatikan beberapa hal, mereka mungkin mengubah apa yang mereka ingat agar sesuai dengan ide mereka, dan mereka mengingat hal-hal yang mendukung apa yang sudah mereka pikirkan.

Febrida (2020) menyatakan bahwa proses persepsi konsumen dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a) Pertama, perhatian selektif berarti orang hanya memperhatikan beberapa informasi yang mereka lihat atau dengar. Jadi, pemasar harus lebih bekerja keras lagi dalam menarik perhatian orang.
- b) Kedua, distorsi selektif berarti bahwa orang mungkin tidak mengingat hal-hal persis seperti yang diberitahukan kepada mereka. Mereka mungkin mengubah atau memelintir informasi agar sesuai dengan apa yang sudah mereka yakini. Jadi, orang mungkin memikirkan merek atau produk dengan cara yang sesuai dengan apa yang sudah mereka pikirkan.

- c) Ketiga, memori selektif berarti orang banyak melupakan apa yang mereka pelajari. Tetapi mereka mengingat hal-hal yang mendukung apa yang sudah mereka yakini. Inilah sebabnya pemasar menggunakan pesan yang menarik atau berulang, sehingga orang akan mengingatnya dengan lebih baik.

B. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan seberapa bahagia suatu perasaan seseorang setelah dilakukan perbandingan atas apa yang telah didapatkan dengan apa yang sebenarnya konsumen inginkan. Apabila kami memastikan orang merasa senang dan mampu memberi lebih baik dari yang mereka harapkan, mereka akan terus datang kembali untuk membeli dari kami. Ketika orang mendapatkan apa yang mereka inginkan, mereka merasa senang tentang hal itu. Penting bagi bisnis untuk memastikan pelanggan mereka senang karena hal itu membantu mereka menjadi lebih baik daripada perusahaan lain. Ini bukan hanya tentang membuat orang bahagia sekali, kita harus membuat mereka bahagia sepanjang waktu.

a. Ciri-ciri Konsumen yang puas

Kotler, (2000) merincikan kriteria dari konsumen yang telah merasa puas sebagai berikut:

1. Loyalitas terhadap produk

Konsumen yang merasa puas cenderung akan tetap setia pada produk ketika mereka kembali membeli dari produsen yang sama.

2. Ada kata positif dari mulut ke mulut.

Kata positif melalui mulut ke mulut, yaitu rekomendasi kepada pelanggan potensial lainnya dan pernyataan positif tentang produk dan perusahaan.

3. Saat membeli merek lain, fokusnya ada pada perusahaan.

Jika pelanggan ingin membeli produk lain, maka perusahaan yang dapat memuaskan keinginannya akan didahulukan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2006), menyebutkan beberapa faktor berhasil mempengaruhi kepuasan suatu konsumen, seperti:

a) Kualitas produk

Konsumen baru akan merasa puas apabila hasil dari evaluasinya menunjukkan produk yang digunakannya memiliki kualitas ya tinggi. Suatu produk dapat dikatakan memenuhi syarat apabila produk tersebut mampu memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ialah dimensi universal dan setidaknya ada 5 elemen kualitas produk, yaitu kinerja, daya tahan, fitur, konsistensi serta desain.

b) Sistem pelayanan yang baik

Konsumen baru merasa puas jikalau memperoleh pelayanan yang baik serta sesuai dengan harapan. Kualitas dari suatu layanan sangat bergantung pada tiga hal utama, yaitu: sistem, teknologi, juga manusia. Faktor manusia ini menyumbang 70%. Tidak heran, kepuasan atas kualitas pelayanan tergolong sulit untuk ditiru.

c) emosional

Pelanggan akan merasa bangga serta mendapatkan keyakinan bahwa orang dapat kagum disaat mengonsumsi produk atau merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

c. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran terhadap kepuasan suatu konsumen menurut (Tjiptono, 2014: 368-369) terdiri atas enam konsep utama, yaitu:

1. Kepuasan konsumen secara menyeluruh

Kepuasan atas konsumen dapat diukur dengan menanyakan secara langsung kepada pelanggan atas tingkat kepuasan mereka atas produk dan jasa suatu perusahaan. Evaluasi melibatkan pengukuran tingkat kepuasan terhadap pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan yang berkaitan dan membandingkannya dengan perusahaan pesaing.

2. Dimensi Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan empat langkah. Pertama, identifikasi dimensi utama kepuasan konsumen. Kedua, konsumen diminta untuk melakukan penilaian produk dan/atau layanan perusahaan. Ketiga, konsumen diminta untuk menilai produk dan/atau jasa pesaing terhadap barang yang sama. Keempat, klien diminta untuk mengidentifikasi dimensi penting untuk menilai kepuasan konsumen.

3. Konfirmasi ekspektasi

Kepuasan diukur dalam hal kesesuaian/perbedaan atas harapan pelanggan dan kinerja produk/jasa perusahaan.

4. Niat membeli kembali

Trik pada konsep ini ialah dengan langsung bertanya kepada pelanggan apakah hendak membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan dalam merekomendasikan

Kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk/layanan kepada keluarga hingga teman merupakan metrik berpengaruh untuk dianalisis serta dilacak jika membeli produk/layanan dengan waktu pembelian ulang yang lebih lama.

6. Ketidakpuasan pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan terdiri atas keluhan, pengembalian produk, biaya atas garansi, penarikan kembali atas produk (di mana produk ditarik dari pasar), kata negatif dari mulut ke mulut, hingga cacat (di mana konsumen berpotensi untuk beralih ke pesaing).

C. Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian

Makanan ringan merupakan makanan yang biasanya dikonsumsi sebagai selingan saat menikmati makanan utama dari menu. Makanan ringan yang siap konsumsi dibuat di pabrik hingga banyak dijual di toko-toko juga termasuk kue, cookies, atau kue kering. Orang-orang yang mengikuti gaya hidup sehat bahkan dapat mengkategorikan buah-buahan sebagai makanan ringan. Anda memiliki kemungkinan besar untuk memperbaiki kebiasaan ini jika Anda dapat mengikuti aturan ngemil yang sehat.

Berikut beberapa manfaat makanan ringan, yaitu:

- Dapat menghambat rasa lapar

Ternyata, mengonsumsi camilan yang tergolong sehat dapat berpotensi mengurangi rasa lapar. Karena aktifitas ngemil akan membuat perut terisi, yang mengurangi tingkat nafsu makan. Selain itu, Anda mungkin akan tetap merasa

kenyang meskipun Anda baru saja makan camilan. Mengambil jumlah makanan yang lebih sedikit akan membantu Anda mengontrol porsi makanan Anda.

- Menjaga gula darah tetap stabil

Ngemil sehat juga membantu menjaga gula darah tetap stabil. Di antara waktu makan, camilan dapat membantu menjaga kadar gula darah tetap stabil. Namun, Anda harus mencari makanan yang penuh serat serta protein, contohnya wortel dan saus kacang.

- Membantu pemenuhan kebutuhan nutrisi

Makanan ringan yang sehat pasti memberi tubuh kebutuhan zat gizi yang diperlukan, seperti: mengonsumsi buah-buahan sebagai camilan memberi Anda berbagai macam vitamin serta mineral yang bermanfaat. Pola hidup ini pasti akan sangat bermanfaat bagi mereka yang ingin menurunkan berat badan. Jadi, usahakan untuk makan lebih banyak buah serta camilan sehat lainnya guna memenuhi lebih banyak zat gizi yang diperlukan.

- Mengurangi rasa keroncongan pada perut

Secara umum, harus diisi setiap empat atau lima jam. Meskipun tidak ada makanan yang masuk, organ pencernaan tetap bekerja. Nikmatnya, ngemil bisa membantu mengatasi rasa lapar Anda. Ngemil dapat membuat perut selalu terisi, mengurangi keroncongan.

- Membantu tubuh pulih setelah berolahraga

Ngemil juga membantu orang, terutama atlet, pulih setelah berolahraga. Ternyata makan makanan yang sehat dapat memulihkan kembali energi dan menyimpannya, serta mampu mempercepat pemulihan pada otot. Kudapan

karbohidrat yang diperkaya protein, seperti keju dan apel, disarankan untuk dimakan setelah berolahraga.

Hasil pertanian adalah segala sesuatu yang kita peroleh dari tanah, seperti beras, jagung, sayuran, dan buah-buahan. Setelah dipetik, mereka perlu disimpan atau dijual. Beberapa makanan bisa bertahan lebih lama dari yang lain. Ada berbagai hal yang dapat membuat makanan menjadi buruk, seperti bahan kimia, benda hidup, dan benda fisik. Ketika makanan memburuk, rasanya tidak enak atau tidak sehat. Itu sebabnya kami menggunakan bahan pengawet agar makanan lebih awet. Kami juga menggunakan kemasan untuk menjaga keamanan makanan dari hal-hal yang dapat membuatnya kotor.

Produk olahan pertanian merupakan produk yang diperoleh dari pengolahan bahan baku pertanian. Pemrosesan ini dapat mencakup langkah-langkah yang berbeda, seperti pembersihan, pemisahan, pengeringan, fermentasi, penggilingan, penggorengan, pengawetan, dll, tergantung pada jenis produk yang dihasilkan.

Contoh hasil olahan pertanian sebagai berikut:

1. Makanan yang diproses: Makanan yang terbuat dari produk pertanian seperti roti, pasta, sereal, minyak sayur, susu, keju dan produk olahan daging seperti sosis dan ham.
2. Minuman olahan: Minuman seperti jus buah, minuman ringan, teh, kopi dan minuman beralkohol diproduksi dari bahan baku pertanian seperti buah-buahan, biji kopi dan gandum.
3. Produk fermentasi: Produk seperti yogurt, kefir, tempe, dan kimchi dihasilkan

melalui proses fermentasi yang menggunakan bakteri atau ragi.

4. Produk bubuk: Tepung terigu, tepung jagung, tepung beras dan tepung lainnya digunakan sebagai bahan dasar pembuatan makanan.
5. Produk makanan ringan: Makanan ringan seperti keripik, sayuran goreng dan makanan ringan lainnya yang terbuat dari bahan pertanian.
6. Konservatif:
Bahan-bahan seperti selai, saus tomat, dan acar dibuat dari bahan nabati dan digunakan untuk membumbui atau mempertahankan umur simpan produk.
7. pengawet: Produk olahan seperti buah-buahan kalengan, sayuran, dan ikan diawetkan dengan pengalengan untuk memperpanjang umur simpannya.
8. Produk pakan ternak: Pakan ternak dihasilkan dari bahan baku seperti biji-bijian, rumput dan limbah pertanian yang diolah menjadi pakan ternak.

Produk olahan pertanian berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan manusia, meminimalkan limbah pertanian dan menyediakan berbagai macam produk berdasarkan bahan yang tersedia. Transisi ini juga dapat memberikan nilai tambah bagi petani dan produsen, serta menciptakan peluang bisnis di sektor agroindustri.

Makanan yang biasanya dikonsumsi dalam porsi kecil antara makan utama disebut makanan ringan. Makanan ini dianggap sebagai camilan atau hidangan tambahan di antara makan, bukan makanan utama. Makanan ringan biasanya enak dan menggugah selera, dan seringkali digunakan sebagai penghilang lapar antara makan utama atau sebagai hiburan saat beraktivitas.

Keripik kentang atau keripik lainnya Kacang-kacangan panggang Biskuit atau kue kecil Popcorn Cokelat atau permen Buah-buahan kering Yogurt atau pudding Snack sehat seperti wortel bayi, potongan mentimun, atau edamame. Kraker atau biskuit gandum utuh Makanan ringan tradisional dari berbagai budaya seperti samosa, spring roll, atau tempura adalah beberapa contoh makanan ringan yang umum. Meskipun makanan ringan biasanya memiliki jumlah kalori yang lebih rendah daripada makanan utama, mereka tetap harus dikonsumsi dengan bijak untuk menjaga keseimbangan gizi dan menghindari mengonsumsi terlalu banyak.

Makanan manis seperti es krim, kue, dan kue adalah contoh makanan ringan yang tidak sehat karena banyak lemak dan gula. Makanan ringan yang lebih baik termasuk kacang-kacangan, buah-buahan, sayuran, serta produk susu tanpa lemak. Permen, kerupuk, makanan ringan daging, dan banyak lagi adalah jenis makanan ringan lainnya. Makanan ringan adalah makanan lezat yang kita makan saat makan siang. Mereka sering disebut jajanan gurih karena memiliki rasa yang gurih atau asin. Cemilan dapat manis atau gurih, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki rasa asin atau pedas.

Beberapa fitur penting yang dimiliki makanan ringan modern adalah sebagai berikut:

- a) Pertama, dibuat benar-benar aman untuk dimakan dan mengikuti semua aturan.
- b) Kedua, biasanya dibuat dalam jumlah besar dengan menggunakan metode khusus.

- c) Ketiga, mereka memiliki rasa yang ditambahkan untuk membuatnya terasa enak, seperti garam atau rasa enak lainnya.
- d) Keempat, mereka bisa tetap segar dalam waktu lama tanpa perlu disimpan dalam keadaan dingin.
- e) kelima, mereka hadir dalam kemasan yang mudah dimakan, seperti potongan kecil yang bisa Anda ambil dengan jari, dan bisa terlihat berminyak atau kering tergantung selera Anda.

D. Kualitas Produk

Kualitas adalah seberapa baik suatu produk bekerja dan seberapa banyak orang menyukainya. Ini mencakup hal-hal seperti berapa lama, seberapa mudah digunakan, dan bagaimana tampilannya. Berbagai hal membentuk kualitas suatu produk, seperti cara pembuatannya, tampilannya, dan merek apa. Ada berbagai tingkat kualitas, mulai dari fungsi dasar suatu produk hingga hal-hal tambahan yang membuatnya lebih baik.

Menurut Tjiptono (2015:105), Definisi tradisional kualitas adalah kinerja, keandalan, kemudahan penggunaan, estetika, dll., Yang secara langsung menggambarkan produk. Dalam arti strategis, kualitas adalah segala sesuatu yang memberikan apa yang konsumen inginkan, apa yang mereka inginkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), Kualitas produk merupakan suatu kemampuan terhadap produk dalam menjalankan fungsinya dan mencakup daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan, dan atribut produk lainnya.

Menurut Assauri (2002), Sebuah produk memiliki banyak hal penting yang membuatnya menjadi baik. Ini termasuk seberapa bagus pembuatannya, tampilannya, pilihan yang Anda miliki, desainnya, nama perusahaan pembuatnya, cara pengemasannya, seberapa besar atau kecilnya, jenisnya, berbagai jenisnya. , jika datang dengan janji untuk memperbaikinya jika terjadi kesalahan, dan bantuan yang bisa Anda dapatkan jika Anda membutuhkannya. Berdasarkan tingkatannya (*level*) produk terbagi atas lima tingkatan utama, yaitu:

1. Produk inti yang mampu menawarkan manfaat utama serta menggunakan apa yang diinginkan pelanggan.
2. General product, mencerminkan fungsi utama produk.
3. Produk yang diharapkan adalah kumpulan atribut juga kondisi yang diharapkan dari pembeli disaat proses pembelian.
4. Produk tambahan mampu memberikan layanan serta manfaat tambahan yang dapat memberikan penawaran yang berbeda dari perusahaan dengan perusahaan asing.
5. Produk potensial adalah semua penambahan juga transformasi terhadap produk yang dapat dilakukan di masa depan.

a. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Prawirosentono (2002) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu:

1. Orang adalah bagian terpenting dalam membuat sesuatu menjadi lebih baik.
2. langkah-langkah yang kami ambil untuk menyelesaikan pekerjaan. Penting bagi semua orang untuk mengikuti langkah-langkah ini agar kami dapat

melakukan pekerjaan kami dengan baik.

3. Mesin dan peralatan dikhususkan dalam proses penambahan suatu nilai output. Dengan mengaplikasikan mesin sebagai alat bantu dalam pembuatan suatu produk memungkinkan adanya variasi yang berbeda baik bentuk, jumlah, maupun kecepatan proses penyelesaian pekerjaan.
4. Bahan baku yang diolah untuk produksi guna menghasilkan suatu nilai tambah pada output sangat beragam. Variasi bahan baku yang digunakan akan mempengaruhi nilai output yang berbeda.
5. Pada tiap tahapan produksi, harus memiliki metrik sebagai kriteria evaluasi agar setiap tahapan produksi dapat dievaluasi kinerjanya. Kapasitas ukuran standar ini adalah faktor penting dalam pengukuran kinerja semua tahapan dalam proses produksi, dengan tujuan agar hasil yang diperoleh sesuai dengan rencana.
6. Lingkungan tempat proses produksi terjadi dapat sangat mempengaruhi hasil hingga kinerja proses produksi. Ketika lingkungan kerja berubah, kinerja juga dapat berubah. Banyak sekali faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi kelima unsur di atas sehingga dapat menimbulkan perbedaan penugasan kerja.

b. Indikator Kualitas Produk

Berikut adalah beberapa tolak ukur atas kualitas produk yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012:8), yaitu:

1. Bentuk, berupa produk yang mampu mencakup ukuran atau struktur.
2. Fitur yang dapat menjadi pelengkap fungsionalitas dasar suatu produk.

3. Penyesuaian, berupa penyesuaian menurut keinginan para konsumen.
4. Kualitas kerja merupakan dimensi terpenting bagi perusahaan untuk menerapkan model serta menyediakan kualitas yang lebih tinggi.
5. Kualitasnya mumpuni, yaitu produk yang memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan.
6. Durability, merupakan ukuran serta umur produk di kondisi normal hingga stress.
7. Keandalan, ialah kemungkinan bahwa produk tidak akan gagal.
8. Kemudahan perawatan, yaitu seberapa nyaman produk saat tidak berfungsi.
9. Gaya, adalah penampilan serta nuansa produk.
10. Desain, adalah mempengaruhi penampilan serta fungsi produk sesuai kebutuhan.

E. Harga Produk

Harga adalah berapa banyak uang yang harus Anda berikan kepada seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang ingin anda beli. Biasanya, orang yang menjual barang memutuskan berapa harganya. Namun terkadang, ketika orang membeli dan menjual karya seni, orang yang membeli dapat menyarankan harga yang berbeda. Ketika pembeli dan penjual menyepakati harga, mereka membuat kesepakatan. Tetapi tidak semua toko mengizinkan tawar-menawar. Harga penting karena membantu menentukan apa yang orang pilih untuk dibeli, tetapi ada hal lain selain harga yang juga dapat mempengaruhi apa yang orang putuskan untuk dibeli. Harga adalah satu-satunya bagian dari bisnis yang menghasilkan uang.

Harga menurut Swastha (2010), adalah biaya untuk mendapatkan berbagai barang yang Anda inginkan, seperti mainan atau makanan ringan, disebut harga. Harga dapat berubah tergantung pada apa yang bersedia dibayar orang lain untuk hal yang sama. Jadi, perusahaan perlu melacak harga di pasar dan bagaimana perbandingannya dengan perusahaan lain.

a. Strategi Penetapan Harga

Menurut Rahman (2010:131-142), harga penetrasi berarti bahwa perusahaan menetapkan harga yang lebih rendah untuk produk mereka agar lebih banyak orang membelinya dengan cepat. Ikuti Harga Pemimpin berarti bahwa perusahaan melihat apa yang dikenakan pesaing mereka untuk produk mereka dan menetapkan harga mereka berdasarkan itu. Skimming price adalah ketika sebuah perusahaan menetapkan harga tinggi untuk produk mereka karena mereka pikir beberapa orang akan membayar lebih karena menurut mereka itu spesial.

Sebuah unit bisnis terkadang memberikan diskon khusus kepada pelanggan tertentu dengan mengubah harga. Mereka mungkin memiliki daftar harga yang dibayar beberapa pelanggan, yang berbeda dari harga reguler. Price lining berarti menetapkan harga yang berbeda untuk berbagai barang yang akan dijual. Ini membantu pelanggan memilih apa yang ingin mereka beli berdasarkan berapa banyak yang ingin mereka belanjakan. Ini seperti memiliki tingkat harga yang berbeda untuk hal serupa. Jika perusahaan tidak memiliki banyak barang untuk dijual, tetapi pelanggan menginginkan hal yang berbeda di masa mendatang, mereka dapat mengubah harga agar sesuai dengan keinginan pelanggan. Ini membantu perusahaan menjual lebih banyak barang karena

mereka dapat menyesuaikan harga agar sesuai dengan apa yang ingin dibeli orang.

F. Pasar *Modern* atau Indomaret

Menurut Kotler (2001), pasar *modern* merupakan pasar dimana para penjual serta pembelinya tidak melakukan transaksi secara langsung, tetapi pembeli dapat melihat label harga yang telah tercantum dalam barang atau barcode, berada dalam bangunan yang sama serta pelayanannya yang dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.

Pasar modern pada saat ini menjadi pilihan masyarakat dikarenakan lokasi pasar yang memberikan kenyamanan dalam proses belanja. Meski pemerintah telah berupaya meningkatkan peran pada pasar tradisional dengan melakukan revitalisasi, tapi berbelanja dengan kenyamanan pada pasar modern masih belum dapat tersaingi. Berbeda dari pasar tradisional yang masih melakukan proses belanja dengan tatap muka langsung dengan penjual, di pasar *modern* penjual serta pembeli tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli dapat melayani dirinya dengan mandiri (swalayan), mengetahui harga dengan label harga yang telah tercantum pada barang (*barcode*).

Umumnya, terdapat beberapa fungsi pada pasar *modern*, seperti berikut:

1. Menjamin kualitas baik suatu barang dengan tujuan memuaskan kebutuhan konsumen-nya.
2. Memudahkan produsen terkait pendistribusian berbagai macam barang kepada konsumen secara langsung. Ini adalah salah satu masalah pokok ekonomi modern dalam penerapan fungsi pasar modern.

3. Mengenalkan secara langsung atau tidak langsung produk milik produsen pada konsumen yang lebih luas lagi.

a. Ciri Pasar *Modern* atau Indomaret

Berikut adalah ciri-ciri pasar *modern*:

1. Penataan Ruang Nyaman, umumnya penataan ruang di lokasi cenderung lebih rapi juga tertata. Ini mampu memberikan persaan nyaman kepada para pembeliselama proses berbelanja.
2. Pelanggan mampu melakukan Pembelian Sendiri, ini memungkinkan pada konsumen berbelanja, dengan berjalan di lorong rapi yang tersedia, hingga memilih produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Cara ini diupayakan agar konsumen dapat lebih leluasa dalam menentukan barang belanjaan yang diinginkan dan telah sesuai dengan kebutuhannya.
3. Mencerminkan Industrialisasi Jasa, pasar *modern* ini mampu mencerminkan industrialisasi jasa. Dimana penjual akan memberikan jasa berupa tempat berbelanja yang nyaman bagi pelanggan.
4. Lebih Lengkap serta Efisien, dengan menawarkan produk-produk yang cukup lengkap, sehingga dapat lebih efisien untuk konsumen. Selanjutnya, konsumen bisa langsung memilih barang yang ia inginkan serta melakukan pekerjaan yang biasanya dilayani oleh pramuniaga secara pribadi.

b. Keunggulan dan Kekurangan Pasar *Modern* atau Indomaret

Pasar modern memiliki tingkat keunggulan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Namun bukan berarti, tidak memiliki kekurangan dalam

jenis pasar yang nyaman bagi konsumen. Terdapat beberapa kelebihan serta kekurangan pada pasar modern, seperti:

- Keunggulan dari pasar modern:

a) Produk yang dijual dapat terjamin kualitasnya

Tiap produk yang berhasil dijual di pasar modern memiliki kualitas yang bisa dijamin. Karena semua produk yang ada telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Dengan begitu, konsumen mendapatkan produk yang terbaik.

b) Kondisi pasar yang bersih dan nyaman

Kondisi tempat yang nyaman serta bersih akan memberikan perasaan betah kepada para pelanggan. Dilengkapi dengan penyediaan AC juga troli guna membawa produk sambil memilih dengan lebih mudah dan nyaman, akan sangat memudahkan pekerjaan para konsumen saat berbelanja.

c) Pembukaan pekerjaan

Penciptaan lapangan kerja merupakan salah satu keunggulan dari pasar modern. Karena dalam melayani pelanggan tentu saja membutuhkan banyak tenaga kerja atau staf penjualan. Bukan untuk melayani pelanggan saja, tetapi tiap tenaga penjualan memikul tanggung jawab yang berbeda dalam menangani produk yang dipasarkan.

- Kurangnya pada pasar modern:

a) Pasar yang berubah

Konsumen lebih memilih pasar modern sebagai tempat berbelanja dikarenakan fasilitas erta kualitas produk yang tersedia. Secara tidak langsung, ini dapat mengurangi pelanggan secara drastis di pasar tradisional.

b) Kesenjangan ekonomi

Penurunan jumlah pelanggan terhadap pasar tradisional juga berarti penurunan pendapatan para penjual di pasar tradisional. Kondisi ini mampu menimbulkan potensi kesenjangan ekonomi. Khususnya masyarakat yang berada di kelas bawah hingga menengah.

c) Mengeksploitasi pemasok

Eksplorasi pemasok dapat terjadi saat wilayah tertentu terdapat beberapa pasar modern. Persaingan antar pemasok ini dapat menimbulkan eksploitasi yang bertujuan agar produk atas pemasok tersebut dapat berhasil memonopoli pasar.

d) Menurunkan nilai tukar negara

Kelemahan lain dari pasar modern ialah penurunan mata uang asing suatu negara. Situasi ini terjadi apabila ada pasar asing yang ikut masuk ke pasar Indonesia.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu upaya peneliti dalam mengetahui perbandingan serta dapat menemukan inspirasi yang baru yang dapat digunakan di penelitian selanjutnya. Kajian terdahulu juga mampu membantu penelitian dapat memposisikan suatu penelitian hingga menunjukkan ordinalitas dari penelitian.

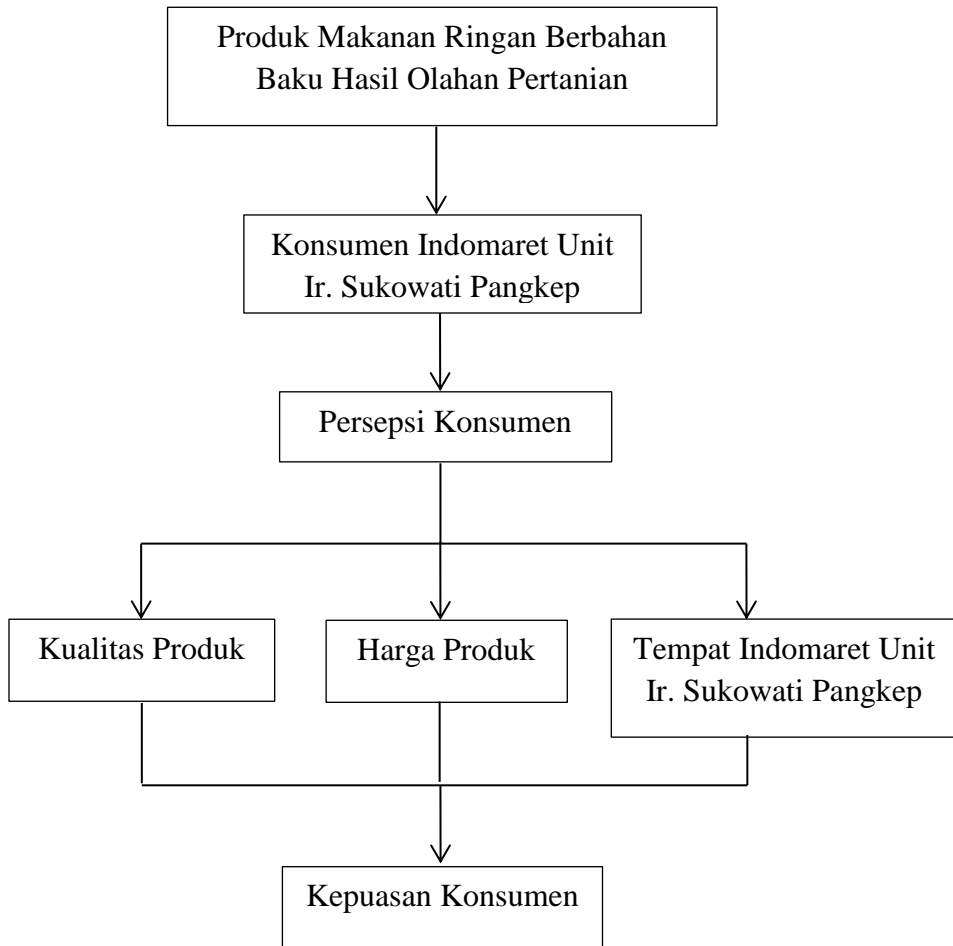
Penelitian yang dilakukan oleh David Reynaldi Gunawan Palelu, Willem J.F.A. Tumbuan dan Rotinsulu Jopie Joriedalam (2022), penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga serta Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. Dari hasil uji secara parsial

memperoleh Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif juga signifikan atas kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif juga signifikan atas kepuasan konsumen, serta uji secara simultan diperoleh Persepsi Harga serta Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif serta signifikan atas kepuasan pada Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang.

Penelitian yang dilakukan oleh Regina Yamin (2013), penelitiannya yang berjudul Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu di Manado. Dari hasil penelitian ini menampilkan bahwa persepsi nilai, persepsi kualitas, juga citra perusahaan secara simultan dan parsial berpengaruh atas kepuasan konsumen Astra International Daihatsu Paal 2 Manado.

Penelitian yang dilakukan oleh Eko Budiyanto (2018), penelitiannya yang berjudul Pengaruh Harga, Diskon Harga, juga Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermaket Rungkut Surabaya. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 2,440 + 0,059 X_1 + 0,062 X_2 + 0,336 X_3 + e$. Uji parsial (uji t) menampilkan bahwa persepsi atas harga berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa persepsi harga, diskon harga serta kualitas pelayanan, mempengaruhi signifikan atas kepuasan pelanggan secara simultan.

H. Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir, dirumuskan hipotesis yaitu, bahwa terdapat persepsi kepuasan konsumen terhadap produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pada konsumen yang berbelanja produk tersebut di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat pada Indomaret Ir. Sukowati Pangkep yang bertempat di Jl. Ir. Sukowati, Kel. Padoang Doangan, Kec. Pangkajene Kab. Pangkep. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurung waktu 3 bulan, mulai dari bulan Maret hingga bulan Mei 2023.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan atau keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang berbelanja produk makanan ringan di Indomaret unit Ir. Sukawati Pangkep.

b. Sampel

Sampel responden diambil dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* merupakan proses dalam pengambilan responden yang menjadi sampel berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui dengan peneliti. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 30 responden.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- a. Data primer adalah data yang dapat diperoleh melalui wawancara dengan kuesioner atau daftar pertanyaan yang disimpan. Data responden sangat penting untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap produk makanan

ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret unit Ir. Sukawati Pangkep.

- b. Data sekunder adalah data tertulis yang dihasilkan dari berbagai sumber yang relevan dengan tujuan penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini berasal dari konsumen yang membeli makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret dengan melakukan observasi atau wawancara menggunakan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

D. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi adalah kegiatan penelitian di mana peneliti melihat langsung suatu objek di lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan.
- b. Wawancara merupakan proses komunikasi bersama narasumber untuk mendapatkan informasi yang jelas melalui tanya jawab dan dilakukan secara langsung atau melalui media telekomunikasi.
- c. Kuesioner adalah metode wawancara di mana peneliti melakukan sejumlah daftar pertanyaan yang berisi gambaran tentang objek penelitian.
- d. Dokumentasi adalah data tentang objek penelitian yang dikumpulkan dalam bentuk foto dari lokasi penelitian.

E. Analisis Data

Tahap penting dalam proses penelitian adalah analisis data. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan pada penelitian ini akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Produk yang diteliti ialah Kripik Chitato dari bahan baku

kentang, Kripik Qtela dari bahan baku singkong, dan Kripik Happy tos dari bahan baku jagung. Tabel distribusi frekuensi dan perhitungan nilai presentasi digunakan untuk melakukan analisis. Untuk analisis berikutnya, skor yang diperoleh dari masing-masing variable yang selanjutnya akan diukur dan dikategorikan menjadi indikator variabel. Ini dilakukan dengan menggunakan Skala Likert.

1. Penentuan Skor Jawaban Responden

Menurut (Sugiyono, 2014) skala likert ditujukan dalam mengukur pendapat, sikap, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala likert penelitian ini terlihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Indikator Jawaban Responden dan Skor Kuesioner

No.	Indikator	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2014

Dalam penelitian ini teknik skoring yang digunakan adalah dengan skor maksimal 4 dan skor minimal 1.

2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor maksimum atau skor setinggi mungkin apabila semua responden memilih jawaban dengan skor tertinggi. Untuk menghitung skor ideal menggunakan rumus:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Nilai Skor} \times \text{Jumlah Responden}$$

Pada penelitian ini responden yang dibutuhkan yaitu 30 orang dengan skor tertinggi ialah 4, berikut adalah rumus interval pada skor ideal di sertai interpretasi skor pada kategori dalam penelitian ini:

Tabel 2. Rumus Skor Ideal dengan interpretasi skor pada kategori

Rumus	Indikator	Interpretasi skor	Kategori
$4 \times 30 = 120$	SS	90 - 120	Sangat Puas
$3 \times 30 = 90$	S	60 - 90	Puas
$2 \times 30 = 60$	TS	30 - 60	Tidak Puas
$1 \times 30 = 30$	STS	0 - 40	Sangat Tidak Puas

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan penelitian ini, perlu adanya batasan pengertian yang berhubungan dengan judul sebagai berikut:

1. Persepsi adalah proses memahami informasi stimulus atau memberinya makna.
2. Kepuasan konsumen merupakan seberapa tingkat perasaan bahagia seseorang atas hasil perbandingan pada apa yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka inginkan.
3. Kualitas produk adalah seberapa baik suatu produk bekerja dan seberapa banyak orang menyukainya.
4. Harga produk adalah berapa banyak uang yang harus Anda berikan kepada seseorang untuk mendapatkan produk yang ingin anda beli.
5. Makanan ringan merupakan makanan yang mampu menghilangkan sementara waktu rasa lapar pada seseorang.

6. Hasil olahan pertanian merupakan hasil yang diperoleh dari pengolahan bahan baku pertanian.
7. Produk pertanian adalah bahan-bahan yang didapatkan dari lahan yakni seperti beras, jagung, sayur serta buah-buahan.
8. Tempat adalah merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya.
9. Indomaret ialah salah satu jaringan atau toko ritel waralaba di Indonesia yang menyediakan berbagai macam produk dan layanan, termasuk makanan, minuman, barang kebutuhan sehari-hari, produk kebersihan, produk elektronik, dan masih banyak lagi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Letak Geografis

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan terletak di bagian Barat dari Provinsi Sulawesi Selatan, dengan Ibukota Pangkajene serta pusat pelayanan wilayah bagi Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan berada pada titik 11.00° Bujur Timur serta 040. 40° - 080. 00° Lintang Selatan. Seluas wilayah Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan 12.362.73 Km² (setelah diadakan analisis Bakosurtanas) untuk wilayah laut seluas 11.464,44 Km², dengan daratan seluas 898.29 Km², juga panjang garis pantai di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yaitu 250 Km², yang membentang dari Barat ke Timur.

Keadaan geografis Kecamatan Pangkajene merupakan daerah daratan dengan luas 47,39 km². Kecamatan Pangkajene terdiri atas 9 Kelurahan, 19 Lingkungan, 45 Rukun Warga dan 165 Rukun Tangga.

Batas administrasi, dan batas fisik Kecamatan Pangkajene adalah sebagai berikut:

Utara : Kecamatan Bungoro

Timur : Kecamatan Minasatene

Selatan: Kabupaten Maros

Barat : Kecamatan Liukang Tupabbiring

B. Keadaan Penduduk

Pada tahun 2017, Kecamatan Pangkajene memiliki populasi 45.919 orang. Kelurahan Pangkajene memiliki sekitar 14,7% dari total penduduk Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Kelurahan mappasaile memiliki jumlah penduduk terbesar, terdapat 8.576 jiwa (19,12%) atas total penduduk Kecamatan Pangkajene. Kelurahan Tumampua memiliki jumlah penduduk tertinggi, sebanyak 6.803 jiwa (15,17%), serta Kelurahan Tekolabbua memiliki jumlah penduduk terendah, sebanyak 2.515 jiwa (5,61%).

Tabel 3. Jumlah Penduduk di Kecamatan Pangkajene Kabupaten pangkajene dan Kepulauan

No.	Kelurahan	Jumlah Penduduk Laki-Laki (Jiwa)	Jumlah Penduduk Perempuan (Jiwa)	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1.	Sibatua	1.434	1.511	2.945
2.	Bonto Perak	2.685	2.848	5.533
3.	Padoang Doangan	2.941	3.163	6.104
4.	Mappasaile	4.382	4.397	8.779
5.	Pabundukang	2.079	2.266	4.345
6.	Jagong	1.582	1.656	3.238
7.	Tumampua	3258	3545	6.803
8.	Anrong Appaka	2.763	2.908	5.671
9.	Tekolabbua	1.204	1.297	2.501
Jumlah				45.919

Sumber: Kecamatan Pangkajene dalam Angka Tahun 2017

C. Data Produk-Produk Makanan Ringan berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian yang Ada di Indomaret Unit Ir. Sukowati

Indomaret menjual berbagai jenis makanan ringan terutama yang berbahan baku hasil olahan pertanian. Untuk penjualan 1 bulan terakhir, jumlah konsumen yang berbelanja produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian sebanyak 153 orang berdasarkan data yang diperoleh. Produk yang diteliti ialah Kripik Chitato dari bahan baku kentang, Kripik Qtela dari bahan baku singkong, dan Kripik Happy tos dari bahan baku jagung. Berdasarkan hasil dari data yang didapatkan oleh peneliti, berikut adalah data produk berbahan baku hasil olahan pertanian yang ada di Indomaret:

Tabel 4. Data Nama-Nama Produk Makan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep.

No.	Nama Produk		
	Kripik Kentang	Kripik Jagung	Kripik Singkong
1.	Chitato Lite Rasa Rumput Laut	Panchos Rasa Sapi Panggang	Qtela Rasa BBQ
2.	Chitato Rasa Ayam Bumbu	Happy tos Tortilla Chips	Qtela Rasa Balado
3.	Chitato Rasa Sapi Bumbu Bakar	Maitos BT21 Rasa Sambal Balado	Qtela Rasa Original
4.	Chitato Rasa Sapi Panggang	Maitos BT21 Rasa Jgung Barbeque	Qtela Rasa Ayam Geprek
5.	Chitato Lite Rasa BBQ	Maxicorn Rasa Barbecue	Qtela Rasa Rumpul Laut
6.	Chitato Rasa Keju	Maxicorn Rasa Roasted Corn	Qtela Rasa Ayam Lada Hitam
7.	Potabee Rasa Melted Cheese Steak	Maxicorn Rasa Nacho Cheese	Kusuka Rasa Balado
8.	Potabee Rasa Grilled	Garuda Crunchy O'corn	Kusuka Rasa Original

	Seaweed	Rasa Sea Salt	
9.	Potabee Rasa Ayam Bakar	Garuda Crunchy O'corn Rasa Jagung Bakar	Kusuka Gosht Papper Hot Spicy
10.	Potabee Rasa Beef BBQ	Kornies Rasa BBQ Korea	Kusuka Rasa Rumpu Laut
11.	Piatos Rasa Sambal Matah	Panchos Rasa Jagung Pedas	Kusuka Rasa Keju Bakar
12.	Piatos Rasa Sapi Panggang	Happy tos Rasa Keju	Kusuka Rasa Ayam Lada Hitam
13.	Japota Rasa Madu Mentega	Happy tos Rasa Jagung Bakar	Kusuka Rasa Barbeque
14.	French Fries 2000	Happy tos Rasa Pedas	Chuba Rasa Barbeque
15.	GuriBee Rasa BBQ Balado	Happy Pop Rasa Seaweed	Chuba Rasa Chili Balado
16.	GuriBee Rasa Rumpu Laut		Lemonilo Cassamo Rasa Spicy BBQ
17.	Maitatos Rasa Chili Balado		Lemonilo Cassamo Rasa Smoky BBQ
18.	Maitatos Rasa Korean BBQ		
19.	TOSS Rasa Rumpu Laut		
20.	Garuda Crunchy Potato Rasa American BBQ		
21.	Pringles Rasa Original		
22.	Pringles Rasa Cheesy Cheese		
23.	Pringless Rasa Sour Cream & Onion		
24.	Mister Potato Rasa Original		
25.	Mister Potato Rasa Rendang		
26.	Mister Potato Rasa BBQ		
27.	Mister Potato Gost		

	Papper Rasa Spicy		
--	-------------------	--	--

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas, variasi produk berbahan baku kentang lebih banyak dibanding berbahan baku singkong dan jagung. Dan berdasarkan hasil penjualan dari Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep, produk berbahan baku kentang yang paling banyak diminati oleh konsumen.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari konsumen yang sudah pernah berbelanja di Indomaret adalah responden penelitian ini. Umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan akan menentukan distribusi tanggapan. Penelitian ini melibatkan 30 responden.

1. Umur

Umur adalah suatu faktor yang memiliki pengaruh dalam keputusan konsumen untuk membeli barang adalah usia mereka, konsumen yang lebih dewasa cenderung lebih puas dengan barang yang mereka beli.

Tabel 5. Berdasarkan Umur Responden

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentase (%)
1.	20-23 Tahun	24	80
2.	24-27 Tahun	3	10
3.	28-32 Tahun	3	10
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan umur responden yang terdapat pada table 4 diatas berkisaran 20 tahun sampai 32 tahun. Pada umur 20-23 tahun sebanyak 24 orang (80%),

umur 24-27 tahun sebanyak 3 orang (10%), dan umur 28-32 tahun sebanyak 3 orang (10%).

2. Jenis Kelamin

Pada penelitian ini terdapat jenis kelamin digolongkan atas 2 jenis, yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui data responden yang diperoleh, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	9	30
2.	Perempuan	21	70
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan jenis kelamin responden pada tabel 5, menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang (30%), sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang (70%).

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu pengaruh yang paling utama karena dapat mempengaruhi cara seseorang berpikir dan bertindak. Responden dengan pola pikir akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk sehingga mereka dapat mengatakan seberapa puas mereka dengan produk tersebut. Tingkat berdasarkan pendidikan responden sebagai berikut:

Tabel 7. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentase (%)
1.	SLTA	16	53,4
2.	D3	2	6,6
3.	D4	4	13,4
4.	S1	8	26,6
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tingkat pendidikan terakhir responden pada tabel 6, tingkat SLTA sebanyak 16 orang (53,4%), D3 sebanyak 2 orang (6,6%), D4 sebanyak 4 orang (13,4%), dan S1 sebanyak 8 orang (26,6%).

4. Pekerjaan

Yang dimaksudkan dengan pekerjaan di sini adalah jenis kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh imbalan atau upah, sehingga upah tersebut dapat digunakan untuk membeli suatu kebutuhan atau keinginan. Berikut adalah data berdasarkan pekerjaan responden:

Tabel 8. Berdasarkan Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Mahasiswa	9	30
2.	TNI/POLRI	3	10
3.	Guru	3	10
4.	IRT	3	10
5.	Nakes	5	16,7

6.	Karyawan Swata	7	23,3
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 di atas, pekerjaan responden yang berstatus mahasiswa sebanyak 9 orang (30%), TNI/POLRI sebanyak 3 orang (10%), guru sebanyak 3 orang (10%), IRT sebanyak 3 orang (10%), Nakes sebanyak 5 orang (16,7), dan karyawan swasta sebanyak 7 orang (23,3%). Jadi kesimpulannya, responden dalam penelitian ini sebagian besar berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa

5. Tingkat Pendapatan Responden

Berbelanja di Indomaret dapat dipengaruhi oleh pendapatan responden, karena ada hubungan antara pendapatan konsumen dan produk makanan ringan. Berikut adalah data berdasarkan tingkat pendapatan responden:

Tabel 9. Berdasarkan Tingkat Pendapatan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentase (%)
1.	<Rp1.000.000	3	10
2.	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	4	13,3
3.	Rp2.500.000 – Rp3.500.000	6	20
4.	>Rp3.500.000	17	56,7
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8 di atas, tingkat pendapatan responden pada penghasilan <Rp1.000.000 3 orang (10%), Rp1.000.000 – Rp2.500.000 sebanyak 4 orang (13,3%), Rp2.500.000 – Rp3.500.000 sebanyak 6 orang (20%), dan

>Rp3.500.000 sebanyak 17 orang (56,7%). Jadi kesimpulannya, responden yang berpenghasilan >Rp3.500.000 yang paling banyak dalam penelitian ini.

B. Deskripsi Persepsi Berdasarkan Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unit Ir.Sukowati Pangkep

a. Frekuensi pembelian

Frekuensi pembelian mengacu pada seberapa sering seseorang atau sekelompok orang membeli produk atau jasa tertentu selama periode waktu tertentu. Frekuensi yang dimaksud adalah jumlah pembelian produk makanan ringan berbahan baku hasil pertanian di Indomaret oleh responden. Berikut data frekuensi pembelian responden dalam 1 bulan terakhir:

Tabel 10. Frekuensi Pembelian Responden Pada Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian di Indomaret Unir Ir. Sukowati Pangkep

No.	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (Jiwa)	Presentasi (%)
1.	3-5 kali	14	47
2.	6-8 kali	10	33
3.	9- 11 kali	4	13
4	>12 kali	2	7
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, frekuensi pembelian yang dilakukan responden yaitu 3-5 kali sebanyak 14 orang (47%), 6-8 kali sebanyak 10 orang, 9-11 kali sebanyak 4 orang (13%), dan >12 kali sebanyak 2 orang (7%). Jadi kesimpulannya adalah frekuensi 3-5 yang memiliki respon terbanyak dalam

melakukan pembelian produk berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Ir. Sukowati Pangkep dalam 1 bulan terakhir.

Persepsi yang dijelaskan dalam penelitian ini ditujukan dalam mengetahui seberapa tingkat kepuasan pada terhadap pembelian produk makanan ringan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang ada di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep, produk yang menjadi bahan penelitian yang ada di Indomaret yaitu berasal dari bahan baku kentang, singkong, dan jagung yang diolah menjadi kripik. Produk yang diteliti ialah Kripik Chitato dari bahan baku kentang, Kripik Qtela dari bahan baku singkong, dan Kripik Happy tos dari bahan baku jagung. Pada hasil penelitian ini, rata-rata responden membeli produk kripik chitato dengan jumlah responden yaitu sebanyak 27 orang, yang membeli produk kripik qtela sebanyak 2 orang, dan yang membeli kripik happy tos sebanyak 1 orang. Dapat disimpulkan bahwa produk kripik chitato menjadi produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian dengan penjualan terbanyak dalam sebulan di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep.

Dengan jumlah responden 30 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Untuk mengetahui hasil dari kepuasan konsumen, peneliti menyediakan kuesioner yang berisi 21 daftar pertanyaan dengan 3 variabel yaitu kualitas produk, harga produk dan lokasi indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep yang akan diberikan ke konsumen yang sudah berbelanja di Indomaret unit Ir. Sukowati Pangkep. Setiap pernyataan memiliki alternatif dengan 4 skor yaitu, Sangat Setuju (SS) memiliki skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) memiliki skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) hanya dengan skor 1.

b. Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk

Kualitas produk mengacu pada sejauh mana suatu produk memenuhi atau melebihi harapan dan kebutuhan konsumen dalam berbagai hal, seperti nilai, daya tahan, kinerja, keamanan, kehandalan, dan desain. Kualitas produk juga dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang merek dan perusahaan, serta kesetiaan pelanggan dan citra umum perusahaan.

Hasil penelitian kualitas produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang ada di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Skor	Keterangan
1.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki bentuk yang bagus, menarik, dan sesuai kebutuhan.	106	Sangat Puas
2.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).	109	Sangat Puas
3.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki berbagai varian rasa yang beragam.	111	Sangat Puas
4.	Kualitas pada Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep telah sesuai dengan harapan anda sehingga membuat anda ingin membeli atau merekomendasikan ke orang lain.	103	Puas
5.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mencantumkan informasi gizi produk	102	Puas

dengan lengkap.

6.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mencantumkan masa kadaluwarsa makanan pada kemasan produk.	107	Puas
7.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki tampilan kemasan yang menarik.	97	Puas
8.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki rasa yang lezat dan penuh cita rasa.	100	Puas
Total		835	(Sangat Puas)
Rata Rata		104,3	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Hasil dari aspek kualitas produk aspek memiliki bentuk yang bagus, menarik, dan sesuai kebutuhan dinyatakan puas karena produk yang ada di Indomaret memiliki bentuk yang unik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen itu sendiri.

Hasil dari aspek produk memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dinyatakan sangat puas karena setiap produk makanan ringan yang ada di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki logo halal resmi dari MUI, dengan demikian konsumen tidak ragu untuk mengkonsumsi karena sudah terjamin kehalalannya terutama pada konsumen yang beragama muslim. Dan standar produk yang dijual di Indomaret memang harus memiliki logo halal yang resmi dari MUI.

Hasil dari aspek produk memiliki berbagai varian rasa yang beragam dinyatakan sangat puas karena produk yang dijual di Indomaret memiliki

berbagai varian rasa mulai dari gurih, asin, manis, dan pedas. Sehingga sangat membantu konsumen untuk memilih sesuai dengan selera masing-masing.

Hasil dari aspek produk telah sesuai dengan harapan anda sehingga mendorong anda dalam membeli atau merekomendasikan ke orang lain dinyatakan puas karena telah memenuhi standar kepuasan kualitas konsumen pada produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret tersebut.

Hasil dari aspek produk mencantumkan informasi gizi produk dengan lengkap dinyatakan puas karena dengan mencantumkan informasi gizi dapat meningkatkan nilai produk, mendorong konsumen untuk membeli makanan sesuai kebutuhan, konsumen juga dapat menemukan informasi tentang lemak total, gula, natrium, dan komponen lainnya. Kandungan lemak total, serta garam dan natrium, dicantumkan sekaligus.

Hasil dari aspek produk mencantumkan masa kadaluwarsa makanan pada kemasan produknya dinyatakan puas karena setiap produk telah mencantumkan masa kadaluwarsa sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen karena dapat mengetahui bahwa produk tersebut masih layak untuk dikonsumsi.

Hasil dari aspek produk memiliki tampilan kemasan yang menarik dinyatakan puas karena kemasan produk memiliki ciri khas yang unik, seperti kombinasi chitato dan indomie yang menghasilkan kemasan yang berbeda. Akibatnya, konsumen yang tidak biasa dengan produk tersebut merasa tertarik karena kemasannya yang berbeda dari biasanya.

Hasil dari aspek memiliki rasa yang cenderung lezat dan penuh cita rasa dinyatakan puas karena untuk menghasilkan rasa yang enak dibuat dari bahan yang berkualitas sehingga menciptakan cita rasa yang khas dan lezat.

c. Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Produk

Nilai total dari penawaran, yang mencakup nilai dari semua bahan mentah dan jasa yang digunakan untuk membuat produk, dikenal sebagai harga produk. Hasil penelitian pada harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian yang ada di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan harga Produk

No.	Pernyataan	Skor	Kategori
1.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep terjangkau bagi saya.	99	Puas
2.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep sesuai dengan kualitas produk.	99	Puas
3.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep sesuai dengan rasanya.	99	Puas
4.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep lebih murah dibanding dengan toko lain.	84	Puas
5.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep berpengaruh dalam pembelian saya.	98	Puas
	Total	479	Sangat Puas
	Rata-Rata	95,8	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Hasil dari aspek harga produk terjangkau bagi konsumen dinyatakan puas karena mayoritas konsumen berumur 20-an keatas, yang dimana lebih suka berbelanja makanan ringan dibanding umur 30-an.

Hasil dari aspek harga sesuai dengan kualitas produk dinyatakan puas karena standar kualitas produk makanan ringan di Indomaret Unit Ir. Sukowari Pangkep terjamin, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah wajar.

Hasil dari aspek harga sesuai dengan rasanya dinyatakan puas karena memberikan rasa yang bervariasi pada produk dan terbuat dari bahan baku berkualitas tinggi, sehingga kompetitif dengan harganya.

Hasil dari aspek harga lebih murah dibanding dengan toko lain dinyatakan puas karena beberapa konsumen percaya bahwa harga produk di Indomaret lebih murah daripada toko waralaba lainnya, dan perusahaan selalu memberikan potongan harga pada produk dan perbedaan harga yang tidak terlalu jauh dari pasar tradisional.

Hasil dari aspek harga berpengaruh dalam pembelian dinyatakan puas karena harga yang telah ditetapkan perusahaan cukup terjangkau serta telah sesuai dengan kualitasnya, sehingga keputusan pembelian semakin tinggi jika harganya lebih rendah, sebaliknya jika harganya lebih tinggi, keputusan pembelian berubah semakin rendah.

d. Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tempat Indomaret

Tempat adalah sarana untuk melayani pelanggan dan memajukan barang dagangannya. Tempat juga menjadi wilayah perusahaan dalam beroperasi juga melakukan kegiatan dalam menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan ekonomi.

Indomaret menentukan tempat yang strategis untuk gerainya, seperti di daerah perumahan, perkantoran, sekolah, kampus, maupun dekat jalan raya yang banyak dilalui kendaraan. Hasil penelitian pada tempat Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat ditinjau dalam tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Persepsi Kepuasan Konsumen Berdasarkan tempat Indomaret

No.	Pernyataaan	Skor	Keterangan
1.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki lokasi yang strategis dan mudah untuk dijangkau.	102	Puas
2.	Akses transportasi menuju Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mudah dijangkau.	102	Puas
3.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat dicapai dengan sarana transportasi umum.	103	Puas
4.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat dijangkau dari tepi jalan.	106	Puas
5.	Indomaret memiliki wilayah parkir yang luas	102	Puas
6.	Indomaret memiliki tempat parkir yang aman.	100	Puas
7.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep berdekatan dengan pusat keramaian seperti pemukiman dan perkantoran.	105	Puas
8.	Kondisi lingkungan Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep bersih dan nyaman.	102	Puas
Total		822	(Sangat Puas)
Rata Rata		102,7	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Hasil dari aspek memiliki tempat yang strategis serta sangat mudah untuk dijangkau dinyatakan puas, sebab berada di tepi jalan umum yang ramai dilalui oleh masyarakat, berada di daerah pusat Kota Pangkep yang dimana dekat dengan Tugu Bambu Runcing yang dimana tempat tersebut sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat sehingga lokasi terbilang strategis.

Hasil dari aspek akses transportasi menuju Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mudah dijangkau dinyatakan puas karena indomaret itu sendiri terletak di jalan umum sehingga mudah untuk mudah dijangkau.

Hasil dari aspek tempat Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat dicapai dengan sarana transportasi umum dinyatakan setuju dengan lokasi strategisnya serta dekat dengan pusat kota, sehingga ada pangkalan transportasi umum di sekitar Indomaret.

Hasil dari aspek tempat Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat terlihat jelas dari tepi jalan dinyatakan puas karena toko ini berada di tepi jalan umum, sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukannya.

Hasil dari aspek tempat Indomaret memiliki tempat parkir yang luas dinyatakan puas karena memiliki area parkir seluas 14m². Area parkir yang luas memungkinkan konsumen memarkir kendaraan mereka dengan tenang dan tidak bergesek-gesek. Area parkir yang luas juga dapat membuat konsumen tetap berada di toko karena area parkir yang cukup untuk kendaraannya.

Hasil dari aspek tempat Indomaret memiliki tempat parkir yang aman dinyatakan puas karena indomaret telah menyediakan cctv di berbagai sudut yang ada di sekitar area parkir. Namun, Indomaret tidak menyediakan tukang parkir karena beberapa konsumen mengeluh tentang tukang parkir yang hanya ingin dibayar untuk sewa parkir tetapi tidak menjaga kendaraan konsumen. Sehingga dengan cctv, area parkir cukup aman. Jika konsumen sudah mengunci stang kendaraannya atau tidak lupa mengambil kunci kendaraan tersebut berarti itu

sudah aman, tetapi justru kebalikannya maka itu diluar tanggung jawab Indomaret.

Hasil dari aspek tempat Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep berdekatan dengan pusat keramaian seperti pemukiman dan perkantoran dinyatakan puas karena disekitar indomaret terdapat banyak pemukiman warga, kantor Pertanian, gudang obat, kartor pertanahan, pusat kuliner yang ada di Kota pangkep, sekolah dan klinik dokter.

Hasil dari aspek tempat Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki kondisi lingkungan bersih dan nyaman dinyatakan puas Karena lingkungan Indomaret bersih, baik di dalam maupun di luar, sampah tidak berserakan, dan tidak ada kotoran hewan yang mengganggu konsumen yang sudah berbelanja.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian berada pada kategori sangat puas pada semua indikator variabel penelitian.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan telah dilakukan dengan baik. Namun demikian ada saran untuk pada variabel berikut:

1. Variabel kualitas produk pada kemasan produk makanan ringan di Indomaret dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan agar mengurangi limbah yang tidak bisa didaur ulang.
2. Variabel harga produk di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep lebih murah dibanding toko lain, untuk tetap menciptakan kestabilan harga pada konsumen, pihak Indomaret lebih sering mengadakan promo pada produk sehingga lebih menarik banyak konsumen yang ingin membeli produk tersebut.
3. Variabel tempat untuk keamanan di area parkir lebih di tingkatkan karena ada beberapa konsumen yang ingin cepat berbelanja sehingga tidak sempat mengambil kunci kendaraan mereka atau lupa mengunci stang kendaraan mereka. Selain itu, beberapa konsumen kehilangan barang yang ada di kendaraan mereka yang pada umumnya memakai sepeda motor. Dengan

menggunakan layanan parkir yang ditanggung oleh pemerintah atau perusahaan, area parkir mungkin lebih aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Eko Budiwaspada. 2017. Desain dan media sebagai instrument nation branding. Seminar Nasional Desain dan Media. Jakarta. LPMP. Unindra.
- Ana Ayuhan Nisa'us Sa'diyah. 2018. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Indosat Ooredoo Pada Santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah . Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Kediri., 16 & 23. (<http://etheses.iainkediri.ac.id/698/3/931308014-bab2.pdf>, diakses 23 Juni 2023 .
- Andhika, Yuliana Putri Konco. 2014. Analisis Cluster dalam Pembelian Makanan Ringan atau Snack pada Kalangan Remaja di Indomaret Point di Surabaya., Tesis. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Surabaya.
- Armin Wakidah. 2015. Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 71 Cabang Kota Kediri). Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Assauri, S. 2002. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bahtera Emilia. 2018. Aplikasi Edible Coating Dari Pati Kulit Singkong (*Manihot esculenta*) Dengan Perbedaan Konsentrasi Ekstrak Temu Kunci (*Boesenbergia rotunda*) Sebagai Antimikroba dan Suhu Penyimpanan Buah Anggur (*Vitis vinivera*). Skripsi. Jurusan Ilmu dan Teknologi Pangan. Fakultas Pertanian Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. (<https://eprints.umm.ac.id/41117/2/BAB%20I.pdf>, diakses 7 Juli 2023).
- Basu, Swastha. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM.
- David Reynaldi Gunawan Palelu. Willem J.F.A Tumbuan. Rotinsulu Jopie Jorie. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. Universitas Sam Ratulangi. Journal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10 (1), 68.

- Diki Rikardo Effendi. Riche Fermayani. Ash Shadiq Egim. Romi Rianto Harahap. 2021. Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. STIE Perbankan Indonesia. *Journal Pendidikan Ekonomi*, 4 (2), 188.
- Eko Budiyanto. 2018. Pengaruh Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermaret Rungkut Surabaya. Universitas Yos Sudarso Surabaya. *Journal Manajemen dan Akuntansi*, 3 (1), 36.
- Christine Suharto Cenadi. 2000. Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, Vol. 2 No. 2, ISSN 0215-0905.
- Dian Virgowati. 2019. Analisis Jenis Frasa Pada Kemasan Makanan Ringan di Indomaret Notog, Kecamatan Patikraja, Kabupatrn Banyumas Februari 2017. Skripsi. Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Febrida, R., Oktavianti, R. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube). *Prologia*, 4(1), 179-185.
- Ferdinand .2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanik Muslimah. 2022. Apa Makanan Ringan Itu?. (<https://www.kompasiana.com/hanikmuslimah0293/62ef05cca51c6f7f86797965/apa-makanan-ringan-itu>, diakses 23 Juni 2023).
- Idris Boufakar. 2023. Apa yang dimaksud Makanan Ringan alias Camilan dan Seberapa Bermanfaat?. (<https://gaya.tempo.co/read/1682189/apa-yang-dimaksud-makanan-ringan-alias-camilan-dan-seberapa-bermanfaat>, diakses 2 Agustus 2023).
- John Heskett. 2002. *Design a very short Introduction*. Oxford University Press Inc. Newyork.
- Kotler P. dan Armstrong G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. Keller. 2016. *Marketing Management*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler Philip, Keller. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Keller. 2001. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kikit Azeharie. 2022. Pasar Modern: Pengertian, Ciri-Ciri, dan Contohnya. (Majoo.id – <http://bit.ly/3l50xE6>, diakses 1 Agustus 2023).
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Jakarta: Salemba Empat. Manajemen Pemasaran Jasa, 158.
- Machfoedz, Mahmud. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005, 41.
- Mulyadi Nitisusastro. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2013, 33.
- Nasution. 2005. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahman, Arif. 2010. Strategi Dahsyat Marketing Mix. Jakarta: Transmedia
- Ratih. 2023. Kepuasan Konsumen: Pengertian, Teori, Faktor, dan Indikator. (<https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>, diakses 23 Juni 2023).
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran jasa: prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.
- <https://www.merdeka.com/indomaret/profil>. Diakses 23 Juni 2023
- http://perpustakaan.poltekkesmalang.ac.id/assets/file/kti/P17120193058/12._BAB_II_.pdf. Diakses 23 Juni 2023

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN RINGAN BERBAHAN BAKU HASIL OLAHAN PERTANIAN DI INDOMARET UNIT IR. SUKOWATI PANGKEP

I. IDENTITAS RESPONDEN PENELITIAN

1. Nomor Responden :
2. Nama :
3. Jenis Kelamin :
4. Umur :
5. Alamat :
6. Pendidikan Terakhir : a. SLTA
b. D3
c. D4
d. S1
7. Pekerjaan :

II. KUESIONER

Berilah tanda checklist (✓) pada skala 1-4 dengan satu pilihan jawaban yang Anda anggap paling sesuai.

1. Sangat Setuju (SS) = Skor 4
2. Setuju (S) = Skor 3
3. Tidak Setuju (TS) = Skor 2

4. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Frekuensi pembelian dalam kurun waktu 1 bulan terakhir:

1. 3 – 5 kali
2. 6 – 8 kali
3. 9 – 11 kali
4. > 12 kali

1. Kualitas Produk

NO	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki bentuk yang bagus, menarik, dan sesuai kebutuhan.				
2.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).				
3.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki berbagai varian rasa yang beragam.				
4.	Kualitas pada Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep sudah sesuai dengan harapan anda sehingga membuat anda ingin membeli atau merekomendasikan ke orang lain				
5.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mencantumkan informasi gizi produk dengan lengkap.				
6.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mencantumkan masa				

	kadaluwarsa makanan pada kemasan produk.				
7.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki tampilan kemasan yang menarik.				
8.	Produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki rasa yang lezat dan penuh cita rasa				

2. Harga Produk

NO.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep terjangkau bagi saya.				
2.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep sesuai dengan kualitas produk.				
3.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep sesuai dengan rasanya.				
4.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep lebih murah dibanding dengan toko lain.				
5.	Harga produk makanan ringan berbahan baku hasil olahan pertanian di Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep berpengaruh dalam pembelian saya.				

3. Tempat

NO.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep memiliki tempat yang strategis dan mudah untuk dijangkau.				
2.	Akses transportasi menuju Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep mudah dijangkau.				
3.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat dicapai dengan sarana transportasi umum.				
4.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep dapat terlihat jelas dari tepi jalan.				
5.	Indomaret memiliki tempat parkir yang luas				
6.	Indomaret memiliki tempat parkir yang aman				
7.	Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep berdekatan dengan pusat keramaian seperti pemukiman dan perkantoran				
8.	Kondisi lingkungan Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep bersih dan nyaman				

Lampiran 2. Data Responden

Nama Responden	Umur	Jenis Kelamin	Alamat	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Frekuensi Pembelian
Responden 1	23	Perempuan	Jl. Baiturrahman No 21 Antang	D4	Nakes	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 2	22	Laki-laki	Palampang	SLTA	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 3	30	Laki-laki	Jl. Flamboyan	SLTA	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 4	21	Perempuan	Samata	S1	Guru	<Rp1.000.000	3 - 5 kali
Responden 5	26	Perempuan	Jl. Flamboyan	S1	IRT	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	>12 kali
Responden 6	22	Perempuan	Gria Alam Permai G 23	SLTA	Mahasiswa	Rp1.000.000 - Rp2.500.000	3 - 5 kali
Responden 7	20	Laki-laki	Jl. Matahari Dalam	SLTA	Mahasiswa	<Rp1.000.000	6 - 8 kali
Responden 8	20	Perempuan	Jl. Matahari Perum. Golkar	SLTA	Mahasiswa	>Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 9	20	Perempuan	Jl. Flamboyan	SLTA	Mahasiswa	<Rp1.000.000	3 - 5 kali
Responden 10	21	Perempuan	Jl. Andi Caco Barat	SLTA	Mahasiswa	Rp1.000.000 - Rp2.500.000	3 - 5 kali

Responden 11	22	Perempuan	Bonto Marannu Bungoro	D4	Nakes	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 12	24	Perempuan	Jl. Matahari Dalam	S1	IRT	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 13	28	Laki-laki	Jl. Matahari	S1	Guru	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 14	25	Laki-laki	Jl. Langsung Bone	SLTA	Mahasiswa	Rp1.000.000 - Rp2.500.000	3 - 5 kali
Responden 15	22	Perempuan	Jl. Andi Mauraga	SLTA	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	>12 kali
Responden 16	22	Laki-laki	BTP Makassar	D4	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 17	21	Perempuan	Lokkasaile	SLTA	karyawan Swasta	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 18	23	Perempuan	Jl. Mangarupi No 123	S1	Guru	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 19	21	Perempuan	Jl. Teuku Umar 10	SLTA	Mahasiswa	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 20	21	Laki-laki	Jl. Matahari Perum. Polri	SLTA	Polri	>Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 21	23	Laki-laki	Minasatene	SLTA	TNI	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 22	21	Perempuan	Minasatene	S1	IRT	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 23	22	Perempuan	Jl. Leang Kassi	D4	Nakes	>Rp3.500.000	3 - 5 kali

Responden 24	22	Perempuan	Jl. Kesehatan No 19	SLTA	Mahasiswa	Rp1.000.000 - Rp2.500.000	9 - 11 kali
Responden 25	32	Perempuan	Perum Purnama Raya	D3	Nakes	>Rp3.500.000	3 - 5 kali
Responden 26	21	Laki-laki	Jl. Cendana Barat	S1	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	>12 kali
Responden 27	22	Perempuan	Jl. Matahari Perum Polri	SLTA	Polri	>Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 28	22	Perempuan	Jl. Abu Bakar Lambogo No. 42	S1	Karyawan Swasta	>Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 29	22	Perempuan	Jl. Buldozer	SLTA	Mahasiswa	Rp2.500.000 - Rp3.500.000	6 - 8 kali
Responden 30	20	Perempuan	Jl. Matahari Perum. Golkar	D3	Nakes	>Rp3.500.000	6 - 8 kali

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Nama Responden	Kualitas Produk								Harga Produk					Lokasi Indomaret Ir. Sukowati Pangkep							
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8
Responden 1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Responden 3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
Responden 6	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 7	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
Responden 9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 11	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Responden 12	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4
Responden 13	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4
Responden 14	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 15	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Responden 16	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	2	4	3
Responden 17	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
Responden 18	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Responden 19	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3
Responden 20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Responden 23	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
Responden 24	4	3	3	2	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4
Responden 25	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3

Responden 26	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Responden 27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 28	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2
Responden 29	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
Responden 30	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Total	106	109	111	103	102	107	97	100	99	99	99	84	98	102	102	103	106	102	100	105	102
Rata rata	104,3							95,8							102,7						

Lampiran 4. Hasil Perhitungan Karakteristik Responden pada Masing-Masing Variabel

Kualitas Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian								
NO.	1	2	3	4	5	6	7	8
1	$16 \times 4 = 64$	$19 \times 4 = 76$	$21 \times 4 = 84$	$14 \times 4 = 56$	$13 \times 4 = 52$	$18 \times 4 = 72$	$9 \times 4 = 36$	$10 \times 4 = 40$
2	$14 \times 3 = 42$	$11 \times 3 = 33$	$9 \times 3 = 27$	$15 \times 3 = 45$	$16 \times 3 = 48$	$12 \times 3 = 36$	$19 \times 3 = 57$	$20 \times 3 = 60$
3	$0 \times 2 = 0$	$0 \times 2 = 0$	$0 \times 2 = 0$	$1 \times 2 = 2$	$1 \times 2 = 2$	$0 \times 2 = 0$	$2 \times 2 = 4$	$0 \times 2 = 0$
4	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$
Total	106	109	105	103	102	108	97	100
Rata-rata	26,5	27,25	26,25	25,75	25,5	27	24,25	25

Harga Produk Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Olahan Pertanian					
NO.	1	2	3	4	5
1	$10 \times 4 = 40$	$9 \times 4 = 36$	$10 \times 4 = 40$	$6 \times 4 = 24$	$11 \times 4 = 44$
2	$19 \times 3 = 57$	$21 \times 3 = 63$	$19 \times 3 = 57$	$12 \times 3 = 36$	$16 \times 3 = 48$
3	$1 \times 2 = 2$	$0 \times 2 = 0$	$1 \times 2 = 2$	$11 \times 2 = 22$	$3 \times 2 = 6$
4	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$1 \times 1 = 1$	$0 \times 1 = 0$
Total	99	99	99	83	98
Rata-rata	24,75	24,75	24,75	20,75	24,5

Lokasi Indomaret Unit Ir. Sukowati Pangkep								
NO.	1	2	3	4	5	6	7	8
1	$12 \times 4 = 48$	$13 \times 4 = 52$	$13 \times 4 = 52$	$6 \times 4 = 24$	$11 \times 4 = 44$	$14 \times 4 = 56$	$15 \times 4 = 60$	$13 \times 4 = 52$
2	$18 \times 3 = 54$	$16 \times 3 = 48$	$15 \times 3 = 45$	$12 \times 3 = 36$	$16 \times 3 = 48$	$12 \times 3 = 36$	$15 \times 3 = 45$	$16 \times 3 = 48$
3	$0 \times 2 = 0$	$1 \times 2 = 2$	$2 \times 2 = 4$	$11 \times 2 = 22$	$3 \times 2 = 6$	$4 \times 2 = 8$	$0 \times 2 = 0$	$1 \times 2 = 2$
4	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$1 \times 1 = 1$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$	$0 \times 1 = 0$
Total	102	102	103	106	102	100	105	102
Rata-rata	25,5	24,75	25,75	20,75	24,5	25	26,25	24,75

Lampiran 3. Dokumentasi



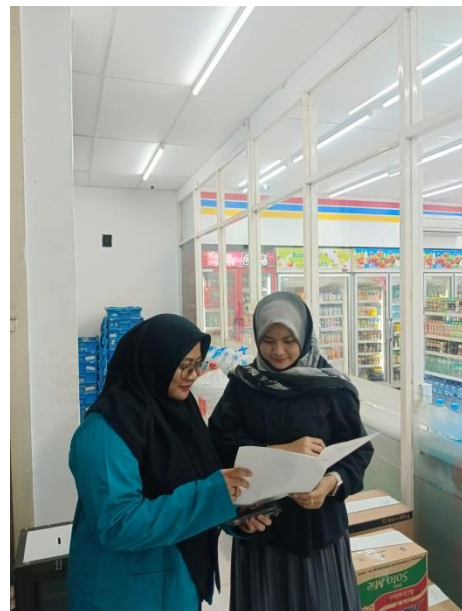
Gambar 1. Wawancara dengan responden



Gambar 2. Wawancara dengan responden



Gambar 3. Wawancara dengan Responden



Gambar 4. Wawancara dengan responden

RIWAYAT HIDUP



VIRGANITA BRIGADYA. Lahi di Kec. Pangkajene, Kab. Pangkep, Sulawesi Selatan pada tanggal 12 April 2001. Anak kedua dari 2 bersaudara, anak dari Bapak Mahyuddin dan Ibu Nurfatmawati. Penulis mulai menempuh jenjang pendidikan formal di SDN 28 Tumampua II pada tahun 2007 dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis kembali melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Pangkajene dan tamat pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 11 Pangkep dan tamat pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dan saat ini sedang menyelesaikan program Strata 1 (S1) di Universitas Muslim Maros pada Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Kehutanan Program Studi Agribisnis. Pada tahun 2023 penulis menyelesaikan studi dengan program karya ilmiah yang berjudul **PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN RINGAN BERBAHAN BAKU HASIL OLAHAN PERTANIAN DI INDOMARET UNIT IR. SUKOWATI PANGKEP**