

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP BERAS DI DESA PASAR BARU PANGEAN KECAMATAN PANGEAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI PROVINSI RIAU

Nella Kusmariza^{1)*}, Chezy WM Vermila²⁾ Dan Mahrani³⁾

Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian
Universitas Islam Kuantan Singingi
Chezywmvermila16@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the behavior and level of customer satisfaction with rice in Pasar Baru Pangean, Pangean Subdistrict, Kuantan Singingi Regency. The sample in this study amounted to 45 people using the simple random sampling formula. The sampling method is based on descriptive analysis method, Likert scale, Importance and Performance Analysis and Consumers Satisfaction Index. Instruments for collecting data using questionnaires. Based on the results obtained by consumer behavior towards rice, it is in the important category with a total of 31 souls from 45 respondents with 68.89%, who are on the score criteria of 34.99-41.99. While the results of the calculation of the consumer satisfaction index are 74.85%. Where this value is at the level of consumer satisfaction index 60% -80% which is included in the category of satisfaction.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Rice, Natural Sciences and CSI*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui perilaku dan tingkat kepuasan konsumen terhadap beras di Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi. Sample dalam penelitian ini berjumlah 45 orang dengan rumus *simple random sampling* (acak sederhana). Metode pengambilan sample berdasarkan metode analisis deskriptif, skala likert, *Importance and Performance Analysis dan Consumers Satisfaction Index* atau Indeks Kepuasan Konsumen. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil yang diperoleh perilaku konsumen terhadap beras berada pada kategori penting dengan jumlah jiwa 31 jiwa dari 45 responden dengan 68,89%, yang berada pada kriteria skor 34,99-41,99. Sedangkan hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen adalah 74,85%. Dimana nilai ini berada pada tingkat indeks kepuasan konsumen 60%-80% yang termasuk dalam kategori puas.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Beras, IPA dan CSI

PENDAHULUAN

Beras merupakan pangan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Beras menjadi sangat penting di Indonesia karena 90 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras (Pusdatin, 2013). Beras sangat berpengaruh bagi

perekonomian Indonesia karena lebih dari 60 % penduduk Indonesia berprofesi sebagai petani penghasil beras. Beras tidak hanya dibutuhkan untuk dikonsumsi tetapi juga merupakan sumber pendapatan dan penyerapan tenaga kerja (Aji *et al.*, 2010).

Tingginya kebutuhan beras menuntut pemerintah, dan petani diharapkan untuk semakin meningkatkan produksi tanaman pangan berupa beras tersebut. Salah satu kecamatan yang menghasilkan beras di Kabupaten Kuantan Singingi adalah Kecamatan Pangean. Kecamatan Pangean merupakan Kecamatan dengan luas areal 149,82 Km², dengan rata-rata jumlah penduduk 18.677 jiwa, dengan jumlah rumah tangga adalah 4.666 KK (BPS Kabupaten Kuantan Singingi dalam angka 2016). Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa terdapat 4.666 KK (Kartu Keluarga) yang mengkonsumsi beras setiap harinya,

Menurut Data Dinas Kabupaten Kuantan Singingi (2016), luas tanaman padi 6.742 ha, dengan produksi 52.867,94 ton. Sedangkan Kecamatan Pangean pada tahun 2015 menghasilkan padi dengan produksi 7.095,00 ton, dengan luas tanam 877 ha, dengan produktivitas padi adalah 4,36 ton/ha. Dan Menurut BKP Provinsi Riau (2015), jumlah konsumsi beras Riau pada tahun 2014 yakni sebanyak 652.876 ton.

Tingginya jumlah penduduk menyebabkan kebutuhan beras selalu meningkat, dan jenis beras yang diinginkan berbeda setiap konsumen tergantung dari jenis beras yang dibeli oleh konsumen khususnya kecamatan pangean. Di Kecamatan Pangean berbagai jenis beras tersedia mulai dari beras hasil budidaya sendiri sampai beras yang diperoleh dari daerah lain. Salah satu jenis beras yang banyak diinginkan masyarakat Kecamatan Pangean adalah beras putih seperti beras pandan wangi, bola naga, kuriak, beras lokal dan beras anak daro. Masyarakat pangean menginginkan beras yang memiliki karakteristik beras dengan terkstur nasi yang lembut namun tidak pulen. Menurut Damardjati *et al.*, (1995) ada beberapa karakteristik yang menentukan mutu beras adalah sifat fisik dan sifat giling, cita rasa dan sifat tanak, dan sifat gizi. Penampilan beras, cita rasa, dan kepulenan nasi dapat direpresentasikan oleh sifat fisikokimia beras.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan

agar barang dan jasa yang dihasilkan bisa langsung habis terjual, Tolak ukur kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan dengan kinerja yang didapatkan. Menurut Kotler (2000), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

Menurut Setiadi (2003), terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor sosial budaya, pribadi dan psikologi konsumen. Faktor sosial budaya terdiri atas kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi keluarga. Faktor pribadi terdiri dari usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Faktor lain adalah faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap. Selanjutnya perilaku konsumen tadi sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli yang tahapnya dimulai dari pengenalan masalah, yaitu berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Berdasarkan alasan di atas, maka penulis telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau”.

METODOLOGI PENELITIAN

1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yaitu di mulai pada bulan November 2017 sampai April 2018 di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau.

2 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Dengan pertimbangan bahwa Desa Pasar Baru Pangean memiliki jumlah Keluarga terbesar di Kecamatan Pangean serta Desa Pasar Baru juga memiliki sedikit lahan sawah dan berpotensi besar dalam pembelian beras.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* (acak sederhana). Populasi

dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean yaitu sebanyak 904 Kartu Keluarga. dari jumlah Kartu Keluarga tersebut di ambil sample sebanyak 5% yang di ambil secara acak sederhana, sehingga jumlah sample semuanya adalah sebanyak 45 yang diwakili setiap Kartu Keluarga.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara terhadap konsumen dipandu kuesioner yang telah disediakan sebelumnya. Dan data sekunder adalah merupakan data yang tidak langsung yang diperoleh dari dokumen-dokumen.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan teknik survei. Teknik survei adalah pengumpulan data primer dengan melakukan tanya jawab dengan responden (Simamora, 2005). Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner, yang disusun untuk mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik, proses pengambilan keputusan, dan kepuasan konsumen beras di daerah penelitian.

5. Analisis Data

5.1 Karakteristik Konsumen

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana karakteristik konsumen beras di Kecamatan Pangean dimana karekteristik yang diukur dalam penelitian ini adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keuarga dan pendapatan. Dengan cara memberikan pertanyaan kepada petani yang menjadi responden dalam penelitian ini. Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah informasi dan data yang berasal dari kuisisioner. Data dan informasi ini akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel dari frekuensi skala presentase.

5.2 Prilaku Konsumen

Penulis menggunakan Skala Likert sebagai acuan dalam penyusunan angket

yang disebarakan kepada responden. Tingkatan nilai pada masing-masing responden mengenai sikap atau prilaku konsumen terhadap produk beras dibagi menjadi lima kategori yaitu:

Tabel 1. Indikator Skor Penilaian

Indikator	Skor Penilaian
Sangat Penting	42 – 50 %
Penting	34 – 41 %
Biasa	26 – 33 %
Tidak Penting	18 – 25 %
Sangat Tidak Penting	10 – 17 %

Tabel 2. Indikator Skor Penilaian

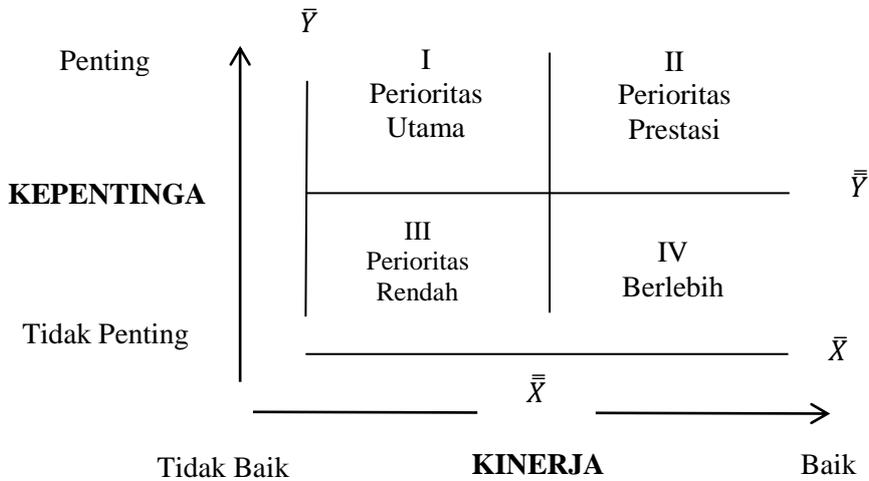
Indikator	Skor Penilaian
Sangat Tidak Penting	10 – 17,998
Tidak Penting	18,998 – 25,996
Biasa	26,998 – 33,994
Penting	34,994 – 41,992
Sangat Penting	42,992 – 49,99

5.3 Kepuasan Konsumen Beras

A. Importance and Performance Analysis (IPA)

Importance Performance analysis adalah suatu metode analisis untuk menilai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan. Metode IPA ini digunakan untuk menganalisis data tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut beras. Metode ini menentukan apakah suatu atribut dianggap penting atau tidak oleh konsumen, dan apakah atribut tersebut memuaskan konsumen atau tidak.

Penjabaran diagram kartesius ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 1. Diagram Kartesius (*Important and Performance Analisis*)
 Sumber : Supranto (2001)

B. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Skor IPA dari setiap dimensi dan atribut kualitas jasa digunakan untuk menghitung nilai CSI, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan terhadap kinerja pelayanan.

Variabel atribut

Variabel atribut yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai adalah

aroma, warna, rasa, harga beras, kemasan, merek, kemudahan dalam memperoleh, lokasi penjualan, kenyamanan tempat membeli, dan keragaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Prilaku Konsumen Beras

Analisis yang digunakan dalam mengukur sikap konsumen beras menggunakan metode analisis *Skala Likert*. Hasil dari pengukuran di kategorikan dalam lima kelompok yaitu dalam kategori Sangat Tidak Penting (1), Tidak Penting (2), Biasa (3), Penting(4), dan Sangat Penting (5).

Hasil perhitungan dari pokok-pokok skala pengukuran terhadap sikap konsumen beras dapat di lihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Sikap Konsumen Beras di Desa Pasar Baru Pangean

Kategori Sikap	Skor	Kriteria (Skor)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Sangat Tidak Penting	1	10 – 17,99	0	0
Tidak Penting	2	18,99 – 25,99	0	0
Biasa	3	26,99 – 33,99	2	4,44
Penting	4	34,99 – 41,99	31	68,89
Sangat Penting	5	42,99 – 49,99	12	26,67
Jumlah			45	100

Berdasarkan hasil perhitungan *Skala Likert* dapat dilihat pada Tabel 3 bahwa sikap konsumen terhadap beras berada pada kategori penting terhadap beras yang beredar di Desa Pasar Baru Pangean dengan jumlah jiwa 31 jiwa dari 45 responden dengan 68,89%, yang berada pada kriteria skor 34,99-41,99. Hal ini membuktikan bahwa beras yang berada di Desa Pasar Baru Pangean berada pada kategori penting bagi konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku

konsumen terhadap beras yang dikonsumsi baik itu beras dengan merek terkenal maupun beras lokal yang dihasilkan dari olahan padi sawah yang terdapat di Daerah Pangean.

2. Analisis Prilaku Konsumen Terhadap Atribut Beras

Hasil penelitian tentang perilaku konsumen tentang atribut beras menunjukkan secara rinci tertera pada Tabel 4.

Tabel 4. Prilaku Konsumen Terhadap Atribut Beras

Atribut	Rataan Skor	Kriteria Skor
Aroma	45,33	Sangat Penting
Warna	46,67	Sangat Penting
Rasa	42,00	Penting
Harga	40,67	Penting
Kemasan	36,44	Penting
Merek	44,67	Sangat Penting
Kemudahan dalam Memperoleh Beras	39,78	Penting
Lokasi Penjualan	37,56	Penting
Kenyamanan Tempat Membeli Beras	43,11	Sangat Penting
Keragaman Beras	37,78	Penting
Total	414,01	
Rataan	41,40	Penting

Dari Tabel 4 atribut aroma memiliki rata-rata skor 45,33 dengan kategori sangat penting, hal ini menunjukkan bahwa aroma pada beras dapat menjadi faktor penting untuk konsumen dalam mengonsumsi beras. Atribut warna memiliki rata-rata skor 46,67 yang berada pada kategori sangat penting karena warna pada beras dapat menentukan selera konsumen untuk membeli beras.

Atribut rasa, harga, dan kemasan berada pada kriteria skor penting hal ini karena rasa menjadi faktor penentu konsumen dalam membeli begitupun untuk atribut harga dan kemasan. Sedangkan atribut beras terhadap merek berada pada kategori sangat penting dengan skor 44,67. Karena semakin banyak konsumen membeli merek yang sama semakin banyak konsumen memilih beras dengan merek tersebut. Atribut kemudahan dalam memperoleh beras berada pada kategori penting dengan rata-rata skor 39,56 hal ini karena semakin mudah beras yang

diperoleh konsumen semakin banyak minat konsumen terhadap produk beras yang dibeli begitupun terhadap atribut lokasi penjualan yang berada kriteria penting pada rata-rata skor 37,11.

Semakin nyaman tempat membeli beras semakin banyak konsumen membeli sehingga dari hasil yang diperoleh kenyamanan tempat membeli beras berada pada kategori sangat penting. Sedangkan keragaman beras berada pada kategori penting. Dan dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa atribut beras bagi perilaku konsumen berada pada kriteria skor penting.

2.1. Analisis Kepentingan Atribut

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan terhadap atribut beras dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 5. Tingkat Kepentingan Atribut Beras

Atribut	Skor	Kriteria Skor
Aroma	193	Penting
Warna	184	Cukup Penting
Rasa	202	Sangat Penting
Harga	195	Sangat Penting
Kemasan	166	Sangat Tidak Penting
Merek	180	Cukup Penting
Kemudahan dalam Memperoleh Beras	181	Cukup Penting
Lokasi Penjualan	173	Tidak Penting
Kenyamanan Tempat Membeli Beras	179	Tidak Penting
Keragaman Beras	169	Sangat Tidak Penting
Total	1822	
Rata-rata	182,2	Cukup Penting

Berdasarkan hasil analisis IPA yang dilakukan di peroleh bahwa aroma berada pada kategori sangat penting yaitu pada kategori 197-203. Dari 45 responden konsumen beras, diperoleh bahwa atribut aroma merupakan atribut dengan tingkat kepentingan penting bagi konsumen dimana 26 responden menyatakan bahwa aroma penting. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa bagi konsumen aroma merupakan faktor penting dalam pembelian beras, karena aroma akan memengaruhi selera konsumen dalam mengkonsumsi beras yang merupakan makanan pokok bagi masyarakat.

Dari 45 responden konsumen beras 34 persen memilih penting berdasarkan hasil tersebut diperoleh bahwa atribut warna berada pada kategori cukup penting yaitu 181-187. Menurut konsumen warna tidak menjadi faktor yang sangat penting bagi konsumen.

Rasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi selera konsumen, karena sebagian konsumen membeli beras berdasarkan selera yang biasa dikonsumsi konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan rasa berada pada kategori sangat penting yaitu 197-203. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rasa merupakan atribut penting bagi konsumen beras dalam memilih beras.

Dari 30 jumlah responden dari 45 responden konsumen beras memilih bahwa harga merupakan faktor penting. Dari tabel 11 terlihat bahwa harga berada pada kategori penting yaitu 189-196. Hal ini karena setiap konsumen merasa harga tidak menjadi faktor

yang sangat penting terhadap beras yang dibeli.

Berdasarkan hasil tingkat kepentingan kemasan termasuk dalam kategori sangat tidak penting yaitu pada 166-172. Hal ini karena kemasan tidak menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam menentukan selera terhadap beras. Bagi konsumen beras merek beras juga merupakan faktor yang cukup penting. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh bahwa merek berada pada kategori cukup penting yaitu 181-187. Begitupun dengan atribut Kemudahan dalam memperoleh beras berada pada tingkat kepentingan cukup penting.

Sedangkan Lokasi penjualan juga menjadi atribut dengan tingkat kepentingan yang tidak penting bagi konsumen beras. Karena konsumen akan tetap membeli beras dengan selera yang diinginkan. Tingkat kepentingan kenyamanan tempat membeli beras berada pada kategori tidak penting bagi konsumen beras. Begitupun keragaman beras yang berada pada kategori sangat tidak penting bagi konsumen yang berada pada skor 166-172.

Dari tabel 5 dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan atribut beras berada pada kategori cukup penting dengan skor 182,2. Hal ini membuktikan bahwa tingkat kepentingan atribut beras secara keseluruhan bagi konsumen cukup penting untuk menjadi bahan penilaian konsumen dalam membeli beras.

2.2. Tingkat Kinerja Atribut Beras

Untuk melihat tingkat kinerja atribut beras dapat dilihat pada Tabel 6:

Tabel 6. Tingkat Kinerja atribut beras

Atribut	Skor	Kriteria Skor
Aroma	175	Sangat Baik
Warna	185	Sangat Baik
Rasa	167	Baik
Harga	130	Sangat Tidak Baik
Kemasan	146	Tidak Baik
Merek	165	Baik
Kemudahan dalam Memperoleh Beras	165	Baik
Lokasi Penjualan	171	Baik
Kenyamanan Tempat Membeli Beras	176	Baik
Keragaman Beras	159	Cukup Baik
Total	1639	
Rata-rata	163,9	Baik

Dari Tabel diatas terlihat bahwa tingkat kinerja aroma pada beras berada pada kategori sangat baik yang berada pada skor 174-185. Hal ini buktikan dengan hasil yang diperoleh bahwa dari 45 responden 24 menjawab penting dan 13 menjawab biasa. Warna pada tingkat kinerja dengan bobot 185 yang berada pada kategori 174-185 yaitu sangat baik. Hal ini membuktikan bahwa kinerja atribut warna sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen beras terhadap beras yang dibeli.

Dari hasil yang diperoleh bahwa rasa pada atribut beras berada pada tingkat kinerja tidak baik bagi konsumen beras yang berada pada kategori 130-140. Harga pada atribut beras memiliki bobot 130 yang berada pada kategori sangat tidak baik dalam kinerja atribut yang dirasakan konsumen.

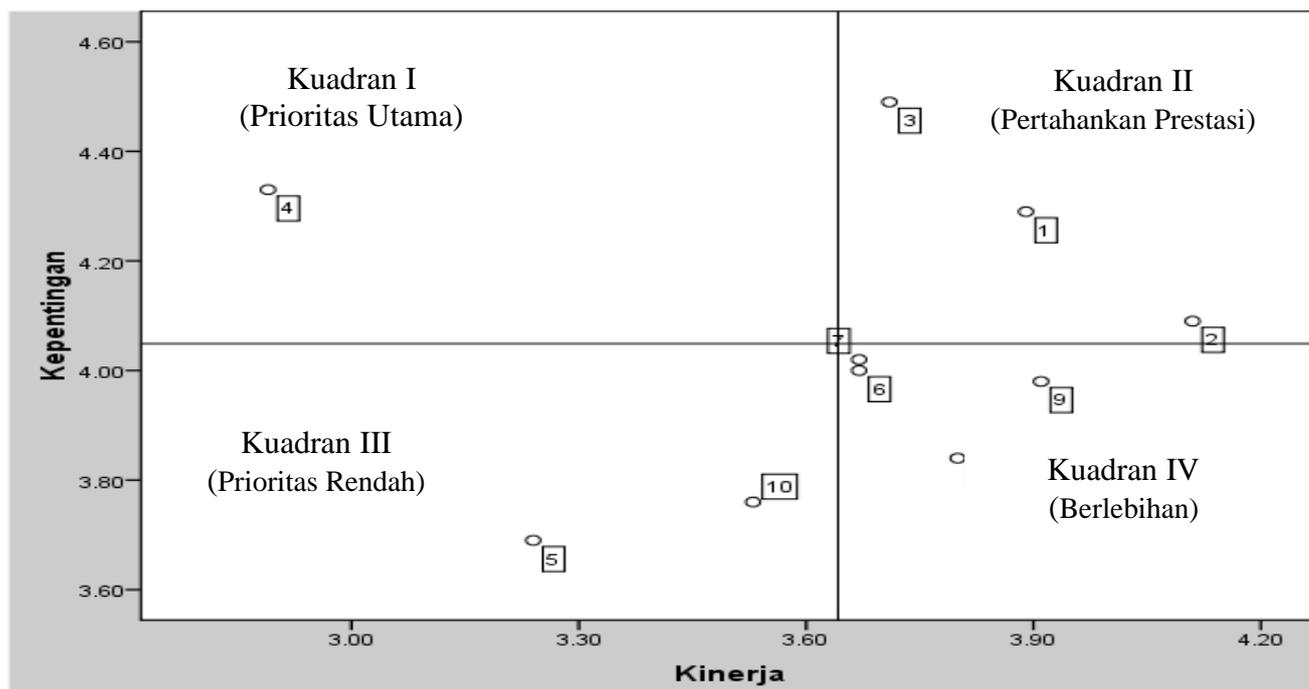
Kemasan memiliki bobot 146 yang berada pada skor 141-151 yaitu pada kategori tingkat kinerja tidak baik. berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh bahwa merek memiliki bobot 165 yang berada pada skor 163-173 yang termasuk pada tingkat kinerja baik. kemudahan dalam memperoleh memiliki tingkat kinerja baik bagi konsumen. Hal ini dibuktikan konsumen yang merasa beras yang diinginkan konsumen berada pada setiap toko sehingga mudah diperoleh.

Lokasi penjualan memiliki bobot 171 yang berada pada skor 163-173 yang termasuk pada kategori baik. kenyamanan tempat membeli berada pada skor 174-185 yang berada pada kategori sangat baik. sedangkan atribut keragaman beras berada pada skor 152-162 yang termasuk dalam kategori cukup baik bagi konsumen.

Dari tabel 6 disimpulkan bahwa tingkat kinerja atribut beras berada pada kategori baik dengan skor yang diperoleh adalah 163,9. Hal ini membuktikan bahwa bagi konsumen kinerja atribut beras sudah sesuai dengan keinginan konsumen dan konsumen sudah merasa kinerja atribut baik.

2.3. Diagram Kartesius

Untuk melihat posisi setiap atribut pada diagram kartesius dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Diagram Kartesius Atribut Beras

Berikut ini adalah penjelasan atribut-atribut dari kuadrat gambar grafik kartesius di atas:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan atribut ini dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen. Namun atribut yang dirasakan konsumen belum dapat memenuhi keinginan konsumen terhadap atribut beras pada kuadran ini. Berdasarkan diagram kartesius terlihat bahwa atribut produk beras yang berada pada kuadran I atau prioritas utama adalah atribut No 4 (Harga). Konsumen merasa harga masih belum memuaskan konsumen sehingga tingkat kinerja dari atribut harga perlu ditingkatkan kinerjanya. Dimana konsumen merasa harga beras perlu disesuaikan dengan kualitas beras yang di beli konsumen.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Berdasarkan hasil analisis IPA diperoleh bahwa atribut No 1, 2 dan No 3 perlu dipertahankan kinerjanya. Dimana atribut tersebut adalah Aroma, Warna dan Rasa. Aroma memiliki peran penting dalam

menentukan selera konsumen terhadap pembelian beras. Karena aroma beras yang diinginkan setiap konsumen berbeda sehingga setiap konsumen memiliki selera beras yang berbeda-beda. Begitupun dengan atribut warna dan rasa. Setiap konsumen menginginkan warna dan rasa beras yang berbeda ada yang menginginkan warna beras yang putih ada juga yang menganggab warna tidak menjadi prioritas dalam pemberian beras, begitupun atribut rasa ada yang menginginkan rasa nasi yang pulen dan ada juga yang tidak.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadrat ini merupakan kuadrat yang diras konsumen kurang penting pengaruhnya dalam pembelian beras. Atribut pada kuadrat ini adalah No 5 dan No 10 yaitu Kemasan dan Keragaman merek beras. Pada kuadrat ini konsumen menganggab tingkat kepentingan yang rendah sehingga tidak mempengaruhi konsumen dan kinerja dari beras juga dianggap tidak menjadi permasalahan bagi konsumen. Dimana pada beberapa toko beras, konsumen merasa keragaman beras tidak mempengaruhi konsumen karna

konsumen beras akan membeli beras yang sering dikonsumsi. Hal ini dikarenakan selera konsumen yang sulit diganti, karena konsumen tetap akan membeli beras yang biasa dikonsumsi, sehingga kemasan dan keragaman merek beras tidak mempengaruhi konsumen.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadrat ini dianggap tingkat kepentingan rendah namun tingkat kinerja dari atribut ini tinggi. Sehingga pada kuadrat ini dinilai berlebihan. Ada beberapa atribut yang terdapat pada kuadrat ini yaitu, No 6,7,8,dan 9, dimana atribut tersebut adalah merek, kemudahan memperoleh, lokasi penjualan, dan kenyamanan tempat membeli.

Merek memiliki kinerja yang baik namun konsumen menganggap merek tidak menjadi tingkat kepentingan yang penting. Begitu juga dengan atribut kemudahan memperoleh, atribut lokasi penjualan, dan atribut kenyamanan tempat membeli. Bagi

Tabel 7. Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weighting Factors (WF)	Weight Score (WS)
1. Aroma	4,29	3,89	0,11	0,41
2. Warna	4,09	4,11	0,10	0,42
3. Rasa	4,49	3,71	0,11	0,41
4. Harga	4,33	2,89	0,11	0,31
5. Kemasan	3,69	3,24	0,09	0,30
6. Merek	4,00	3,67	0,10	0,36
7. Kemudahan Memperoleh	4,02	3,67	0,10	0,36
8. Lokasi Penjualan	3,84	3,80	0,09	0,36
9. Kenyamanan Tempat Membeli	3,98	3,91	0,10	0,38
10. Keragaman Merek Beras	3,76	3,53	0,09	0,33
TOTAL	40,49			
Weight Average Total (WAT)				3,64
CSI	0,729 = 72,85%			

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 72,85%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 60%-80%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas. Hal ini membuktikan bahwa konsumen beras merasa tingkat kepentingan dan kinerja beras sudah memenuhi kategori konsumen dengan nilai

konsumen ke empat atribut tersebut tidak menjadi tingkat kepentingan yang penting bagi konsumen karena apapun merek beras, mudah atau sulit memperoleh beras, jauh atau dekat dalam memperoleh beras, nyaman atau tidaknya dalam pembelian beras, konsumen akan tetap membeli beras karena beras adalah kebutuhan pokok yang tidak bisa ditinggalkan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index

Indeks kepuasan konsumen terhadap beras dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Dari tabel tersebut diperoleh nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 72,85. Dimana perhitungan ini diperoleh melalui nilai rata-rata pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang disesuaikan dengan bobot masing-masing atribut. Untuk lebih jelasnya hasil dari indeks kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini.

tingkat kinerja yang di nilai konsumen beras terhadap atribut beras.

Pengembangan Pertanian, Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan, Bogor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa

1. Prilaku konsumen beras di Desa Pasar Baru Pangean berada pada kategori penting dengan jumlah jiwa 31 jiwa dari 45 responden dengan 68,89 %.
2. Dan hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen adalah 74,85%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 60%-80% yang termasuk pada kategori puas.

Dinas Tanaman Pangan Kabupaten Kuantan Singingi, 2016. *Kuantan Singingi dalam Angka Tahun 2016*. Pekanbaru

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Millenium. Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta. Indeks.

Kotler, P. dan G. Amstronng. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Aji Joni, Murti Mulyo Dan Agung Widodo. 2012. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerk Di Kabupaten Jember Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *J-Sep* Vol 4 No. 3 November 2010 12 .

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (Pusdatin). 2013. *Statistik Hortikultura Sekretariat Jendral Kementrian Pertanian*. Jakarta.

BKP Provinsi Riau. 2015. *Data Statistik Ketahanan Pangan Tahun 2014*. Badan Ketahanan Pangan Provinsi Riau, Pekanbaru.

Setiady, Nugroho J. 2003, *Prilaku Konsumen*. Jakarta. Kencana.

Badan Pusat Statistik. 2014. *Anggaran Pendapatan Negara*. www. bps. go.id. (Di akses 10 september 2018).

Simamora. 2005. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuantan Singingi. 2016. *Kecamatan Pangean Dalam Angka Tahun 2016*. BPS Kabupaten Kuantan Singingi.

Supranto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

Damardjati, D.S. dan Endang Y.P. 1995. "Mutu Beras", dalam *Padi: Buku 3*, Eds: Soenarjo dkk, Badan Penelitian dan