

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PRODUK COKELAT MONGGO
DI KOTAGEDE, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:
RAj. Tysa Kusumowardhani
H0814106

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2018**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PRODUK COKELAT MONGGO
DI KOTAGEDE, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

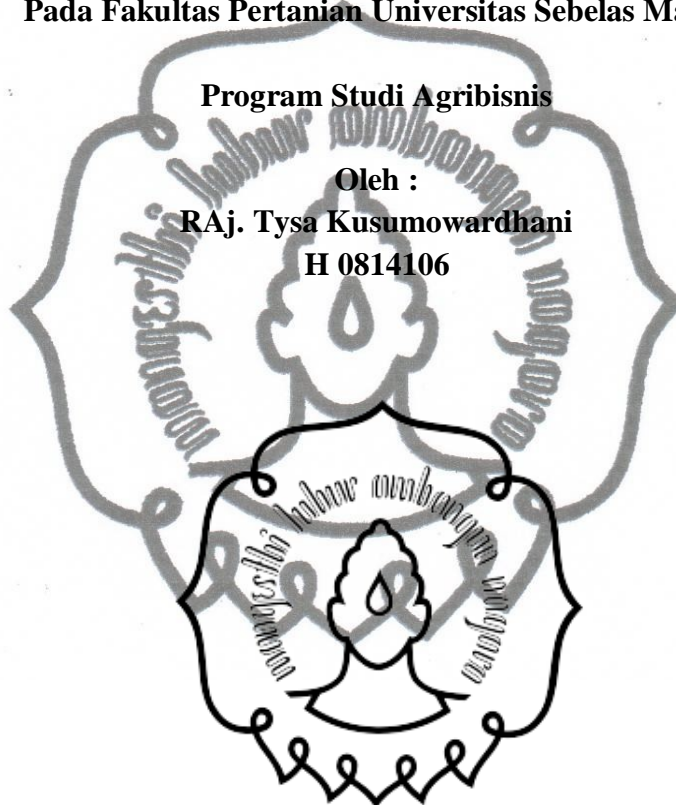
SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Agribisnis

Oleh :

**RAj. Tysa Kusumowardhani
H 0814106**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2018**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PRODUK COKELAT MONGGO
DI KOTAGEDE, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Yang diajukan dan disusun oleh :

RAj. Tysa Kusumowardhani

H0814106

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 25 Juli 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji

Ketua



Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si
NIP. 196710121993021001

Anggota I



Susi Wuri Ani S.P, M.P
NIP. 198101212008122004

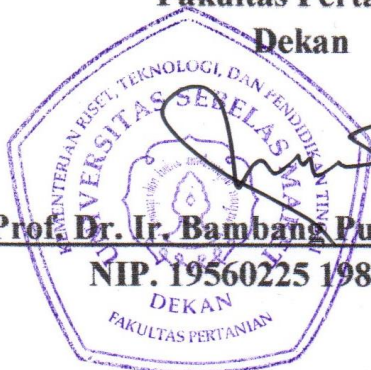
Anggota II



Dr. Ir. Minat Ferichani M.P
NIP. 196703311993032001

Surakarta,

**Mengetahui
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan**



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.
NIP. 19560225 198601 1 001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad, Rasulullah SAW. Atas izin Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Cokelat Monggo Di Kotagede, Daerah Istimewa Yogyakarta”. Semoga skripsi ini mampu bermanfaat bagi penulis dan orang lain, Aamiin.

Penulis menyadari, terdapat banyak pihak yang berperan besar dalam proses pembuatan skripsi ini. penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P, M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta dan Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Bapak Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk begitu banyak dalam proses belajar dan skripsi di Fakultas Pertanian.
4. Ibu Susi Wuri Ani S.P, M.P., selaku Pembimbing Pendamping yang telah mendampingi dan memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ir. Minar Ferichani M.P., selaku Pembimbing Pendamping yang telah mendampingi dan memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
7. Pihak Cokelat Monggo yang telah membantu penulis memberikan serta menyediakan data-data yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

8. Ibu tercinta, Titik Darwati dan Ayah, RM Bambang Santoso NA serta Adik RAj. Dyah Ayu Kusumosari yang telah memberikan doa, dorongan, motivasi, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang begitu besar dan tiada hentinya.
9. Keluarga besar dan orang terdekat yang telah memberikan semangat dan doa.
10. Sahabat-sahabat yang selalu disisi penulis, Aditya Prima Wardana, Venny Setyaningrum, Nida Mufidah, Mega Nugraheni, Susi Rahmawati, Maysaroh, Pandu Ardiansah, Sheilla Arshy dan XII IPA 5 SMA N 5 Surakarta Tahun 2013/2014.
11. Teman-teman dan rekan-rekan dari Presidium dan bidang Pers Kamagrasta periode 2017, Navis, Dika, Dewi, Adin, Rio, Risda, Hasan, Nanie, Yusron, Nikto dan Fildza
12. Teman-teman dan rekan-rekan dari bidang Humas Kamagrasta periode 2015 serta 2016, Venti, Lita, Tyas, Zulfitah, Andrew, Diyah, Hawik dan Nurfitri.
13. Kakak-kakak Agribisnis 2012 dan 2013, sahabat-sahabatku Agribisnis 2014 serta adik-adik Agribisnis 2015, 2016 dan 2017 yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritik maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Aamiin

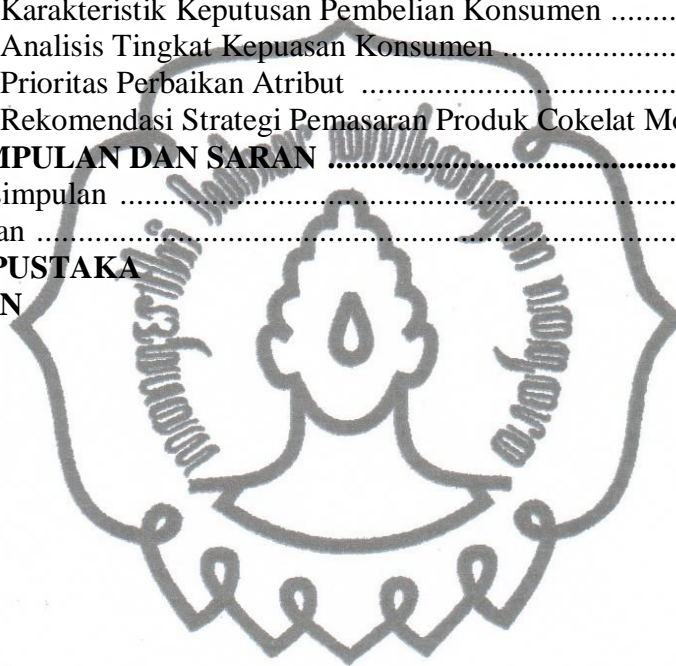
Surakarta, 25 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
RINGKASAN	x
SUMMARY	xi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
II. LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Tinjauan Pustaka	15
1. Kakao (<i>Theobroma cacao</i>)	15
2. Perilaku Konsumen	15
3. Karakteristik Konsumen	16
4. Karakteristik Produk	17
5. Kepuasan Konsumen	18
6. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	22
7. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	23
8. Strategi Pemasaran	26
C. Kerangka Berfikir Pendekatan Masalah	29
D. Pembatasan Masalah	33
E. Definisi Operasional	33
III. METODE PENELITIAN	38
A. Metode Dasar Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	38
C. Metode Penentuan Sampel	38
D. Jenis data dan Sumber Data	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Wawancara	40
2. Observasi	40
3. Pencatatan	40
F. Instrumen Penelitian	40
G. Uji Instrumen Penelitian	41
H. Metode Analisis Data	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	43

3. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	44
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Keadaan Umum Perusahaan Cokelat Monggo	46
1. Sejarah Cokelat Monggo	46
2. Gambaran Umum Kondisi Wilayah	47
3. Ruang Lingkup Usaha	47
B. Hasil dan Pembahasan	48
1. Uji Instrumen	48
2. Karakteristik Konsumen	50
3. Karakteristik Keputusan Pembelian Konsumen	55
4. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen	59
5. Prioritas Perbaikan Atribut	61
6. Rekomendasi Strategi Pemasaran Produk Cokelat Monggo	70
V. KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Luas Areal dan Produksi Biji Kakao (<i>Cacao beans</i>) di Indonesia Tahun 2012-2016.....	2
Tabel 2.	Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.	Dimensi Dasar Kualitas pada produk Cokelat Monggo	30
Tabel 4.	Interpretasi Koefisien r.....	41
Tabel 5.	Daftar Produk Cokelat Monggo.....	48
Tabel 6.	Uji Validitas Instrumen.....	49
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	52
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 12.	Sebaran Alasan membeli/mengonsumsi.....	55
Tabel 13.	Sebaran Informasi Tentang Cokelat Monggo.....	56
Tabel 14.	Sebaran Tempat Pembelian Cokelat Monggo.....	57
Tabel 15.	Sebaran Alasan Pemilihan Lokasi Pembelian.....	57
Tabel 16.	Sebaran Ketersediaan Cokelat Monggo.....	58
Tabel 17.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	60
Tabel 18.	Atribut Cokelat Monggo Bauran Produk.....	71
Tabel 19.	Atribut Cokelat Monggo Bauran Tempat dan Distribusi.....	72
Tabel 20.	Atribut Cokelat Monggo Bauran Harga.....	73
Tabel 21.	Atribut Cokelat Monggo Bauran Promosi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Konsumsi Cokelat Indonesia Tahun 2001-2015....	3
Gambar 2.	Diagram Kartesius	25
Gambar 3.	Bagan Kerangka Teori Pendekatan Masalah	32
Gambar 4.	Diagram Kartesius IPA Atribut Cokelat Monggo...	62



RINGKASAN

RAj Tysa Kusumowardhani. 2018. **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Cokelat Monggo di Kotagede, Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Dibimbing oleh Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si dan Susi Wuri Ani, SP. MP. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kakao merupakan salah satu komoditas ekspor dari subsektor perkebunan yang merupakan komoditas unggulan nasional dan memberikan sumbangan devisa ketiga terbesar setelah kelapa sawit dan karet. Salah satu jenis produk olahan dari kakao adalah cokelat. Konsumsi Cokelat di Indonesia dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang memicu perkembangan industri cokelat. Salah satu pioner industri cokelat yang mengatasnamakan oleh-oleh khas Yogyakarta adalah Cokelat Monggo. Selama 13 tahun berdiri, persaingan dalam industri yang sama tidak dapat terelakkan selain itu harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu maka dari itu Cokelat Monggo perlu mengetahui kepuasan konsumennya dan apa yang konsumennya inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk Cokelat Monggo serta atribut-atribut produk Cokelat Monggo apa saja yang perlu diperbaiki untuk bahan evaluasi.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan teknik penelitian survei. Metode penentuan lokasi secara *purposive* di outlet Cokelat Monggo Kotagede. Pengambilan sampel dengan metode judgement sampling dengan jumlah responden 100 orang. Jenis dan sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sata sekunder. Teknik pengumplan data yang digunakan terdiri dari wawancara, observasi dan pencatatan. Analisis yang digunakan yaitu *Customer Satisfaction Index* menggunakan Program *Microsoft Excel* 2016 serta *Importance Performance Analysis* menggunakan Program SPSS 17.0.

Hasil perhitungan *Costumer Satisfaction Index* (CSI), tingkat kepuasan konsumen produk Cokelat Monggo yaitu sebesar 76.93% yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas. Alternatif strategi pemasaran yang direkomendasikan yaitu pada strategi produk, pencantuman informasi kandungan gizi diusahakan disetiap varian produk Cokelat Monggo. Alternatif strategi distribusi yang dapat dilakukan adalah menyediakan prasarana penjualan atau display. Alternatif strategi harga yang disarankan adalah melakukan sensitivitas harga. Alternatif strategi promosi yang dapat dilakukan menjadi sponsor kegiatan tertentu dan metode *Word of Mouth* (WOM). Peningkatan layanan informasi dapat dilakukan dengan membuat menu khusus untuk kritik dan saran, memperjelas akun resmi Cokelat Monggo disetiap produk maupun iklan dan promosi serta memperbaharui data website.

SUMMARY

RAj Tysa Kusumowardhani. H0814106. 2018. **Analysis of Consumer Satisfaction to Chocolate Monggo Product in Kotagede, Daerah Istimewa Yogyakarta**. Supervised by Dr. Ir. Mohd. Harisudin, M.Si and Susi Wuri Ani, SP. MP. Agriculture Faculty of Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Cocoa is one of the export commodities of the estate sub-sector which is the national leading commodity and contributes the third largest foreign exchange after palm oil and rubber. One type of processed product from cocoa is chocolate. Chocolate consumption in Indonesia from year to year experienced an increase that triggered the development of the chocolate industry. One of the pioneer chocolate industry in the name of Yogyakarta souvenirs is Chocolate Monggo. During 13 years of existence, competition in the same industry can not be avoided as well as consumer expectations that change from time to time so from that Chocolate Monggo need to know the satisfaction of consumers and what consumers want. This study aims to determine customer satisfaction of Chocolate Monggo products and Chocolate Monggo products attributes what need to be improved for evaluation materials.

The basic method used in this research is descriptive analysis method with survey research technique. The method of determining the location purposively in outlet Chocolate Monggo Kotagede. Sampling by judgment sampling method with the number of respondents 100 people. The types and sources of data used consist of primary and secondary data. Data collection techniques used consist of interviews, observation and recording. The analysis used is Customer Satisfaction Index using Microsoft Excel 2016 Program and Importance Performance Analysis using SPSS 17.0 Program.

The result of calculation of Costumer Satisfaction Index (CSI), consumer satisfaction level of Chocolate Monggo product that is equal to 76.93% indicating that overall consumer have been satisfied. Alternative marketing strategy recommended is the product strategy, add flavor variations that are becoming a trend in the community and renew halal certification of Monggo Chocolate products. Alternative distribution strategies that can be done is to provide sales or display infrastructure. The recommended price strategy alternative is to price sensitivity. Alternative promotional strategies that can be carried out to sponsor certain activities and the Word of Mouth (WOM) method. Information service improvement can be done by creating a special menu for criticism and suggestions, clarifying the official Monggo Chocolate account in each product and advertising and promotion as well as updating website data.