
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BOLEN PISANG DENGAN
METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

***CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF BOLEN BANANA USING
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHODS***

**Annysa Deliyana¹, Nidya Shara Mahardika¹, Bertung Suryadharma¹, Andrew Setiawan
Rusdianto¹, Winda Amilia¹**

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember

*Corresponding author's email: nidyashara@unej.ac.id

ABSTRACT

Customer satisfaction is very important in every business. Customer satisfaction is generated from product quality and service to customers. Dissatisfied customers will result in declining sales. One of the businesses that experience a declining in sales was UMKM De Nisa Bakery as much as 100 to 150 boxes in one year. This study aims to determine the quality attributes that affect customer satisfaction, determine the level of customer satisfaction with bolen banana De Nisa Bakery, and to recommend a product improvement to increase customer satisfaction by using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The number of respondents used as many as 80 by questionnaire. The attributes that are considered important by customer in bolen banana products are taste, texture, taste variation, consistency of taste, packaging, price, service, and strategic location. Research shows the value of CSI at 80,2% which means that customers are satisfied. While it is a category as satisfied, it requires improvements in the taste variation, consistency of taste, and packaging attributes. Improvement recommendations may include a variety of tastes such as bolen pineapple, cassava tape, jackfruit and durian to avoid customer get bored, standardized raw materials and production processes to produce consistent taste, and packaging design improvements to be more attractive and equipped with more informative labels.

Keywords: Bolen, CSI, Customer satisfaction, IPA

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam setiap usaha. Kepuasan konsumen dihasilkan dari kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen. Konsumen yang tidak puas akan berakibat pada penurunan penjualan. Salah satu usaha yang mengalami penurunan penjualan adalah UMKM De Nisa Bakery sebanyak 100 hingga 150 box dalam satu tahun. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan atribut mutu yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap bolen pisang De Nisa Bakery, dan memberikan rekomendasi perbaikan produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Jumlah responden yang digunakan sebanyak 80 responden dengan menggunakan kuesioner. Atribut yang dianggap penting oleh konsumen pada produk bolen pisang adalah rasa, tekstur, variasi rasa, konsistensi rasa, kemasan, harga, pelayanan, dan lokasi yang strategis. Hasil penelitian menunjukkan nilai CSI sebesar 80,2% yang berarti bahwa konsumen puas. Walaupun termasuk kategori puas, namun diperlukan perbaikan pada atribut variasi rasa, konsistensi rasa, dan kemasan. Rekomendasi perbaikan dapat berupa penambahan variasi rasa seperti rasa bolen nanas, tape singkong, nangka dan durian agar konsumen tidak merasa bosan, pemilihan bahan baku dan proses produksi sesuai dengan standar agar produk yang dihasilkan memiliki rasa yang konsisten, dan perbaikan desain kemasan agar lebih menarik serta dilengkapi dengan label yang lebih informatif.

Kata kunci: Bolen, CSI, IPA, Kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman mendorong terjadinya perkembangan pada segala bidang, salah satunya pada bidang industri. Perkembangan tersebut mendorong persaingan antar industri dalam menciptakan sebuah produk dengan kualitas yang terbaik agar dapat bertahan di pasaran. Namun tidak jarang juga terdapat produk yang tidak laku atau tidak dapat bersaing dengan produk sejenisnya di pasaran. Hal tersebut disebabkan karena produk yang tidak dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari konsumen. Keputusan dari konsumen dalam membeli suatu produk umumnya diakibatkan karena produk yang sesuai dengan harapan konsumen dan dapat memberikan kepuasan saat mengkonsumsinya [1].

De Nisa Bakery merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak tahun 2021 yang terletak di Desa Babelan Kota, Kabupaten Bekasi dengan produk pertamanya adalah bolen pisang. Bolen pisang ini dijual sebanyak Bolen pisang merupakan salah satu jenis kue dengan kulit berlapis seperti croissant dengan isian pisang dan ditambah dengan potongan keju atau coklat [2]. Tahun pertama penjualan produk hingga 450-500 box. Namun pada satu tahun terakhir terjadi penurunan penjualan menjadi hanya 350 box saja. Penurunan ini dapat dilihat dengan sangat jelas pada bulan Juli tidak terjadi penjualan dalam satu bulan tersebut. Pencegahan terjadinya penurunan penjualan di masa yang akan datang dapat dilakukan dengan melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap bolen pisang. Metode analisis yang digunakan adalah metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut mutu apa saja yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk bolen pisang, menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bolen pisang De Nisa Bakery, dan memberikan rekomendasi perbaikan produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM De Nisa Bakery selama periode Juni hingga Agustus 2024. Peralatan yang digunakan meliputi ponsel, kuesioner, alat tulis, serta perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS versi 25 untuk pengolahan data. Data yang dianalisis terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik UMKM, serta penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM De Nisa Bakery. Tujuan pengumpulan data ini adalah untuk mengidentifikasi atribut mutu yang paling penting pada produk bolen pisang, serta mengevaluasi tingkat kepentingan dan kinerja mutu produk tersebut. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui kajian literatur. Responden penelitian dipilih menggunakan metode *accidental sampling*, yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses terhadap individu yang ditemui [3]. Total responden berjumlah 80 orang, yang dihitung menggunakan rumus *linear time function*, mengingat jumlah konsumen yang sebenarnya tidak diketahui. Kriteria responden adalah konsumen De Nisa Bakery yang telah membeli bolen pisang dalam kurun waktu satu bulan terakhir, dengan rentang usia 17 hingga 60 tahun.

Uji instrumen penelitian mencakup uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 orang responden. Para responden diminta mengisi kuesioner yang menggunakan skala Likert dari 1 (sangat tidak puas/tidak penting) hingga 5 (sangat puas/sangat penting). Analisis dilakukan dengan SPSS versi 25. Uji validitas menggunakan tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria validitas bahwa r hitung harus lebih besar dari r tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, di mana variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

Data dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Perhitungan dengan metode CSI bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk menggunakan formula yang relevan.

1. Mean Importance Score

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n \text{nilai kepentingan setiap atribut}}{\text{jumlah responden}}$$

2. Mean Satisfaction Score

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n \text{nilai kinerja setiap atribut}}{\text{jumlah responden}}$$

3. Weight Factor

$$WF = \frac{MIS - i}{\text{Total MIS} - i} \times 100\%$$

4. Weight Score

$$WS = WF \times MSS$$

5. Weight Average Total

$$WAT = WS\alpha_1 + WS\alpha_2 + \dots + WS\alpha_n$$

6. Customer Satisfaction Index

$$CSI = \frac{WAT}{5} \times 100\%$$

Berdasarkan skor hasil perhitungan CSI yang didapatkan, rentang skala dari tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan diinterpretasikan seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria nilai Customer Satisfaction Index

Skor CSI (%)	Interpretasi
0 - 20	Sangat tidak puas
21 - 40	Tidak puas
41 - 60	Cukup puas
61 - 80	Puas
81 - 100	Sangat puas

Sumber: Data olahan (2024)

Metode Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepentingan dari tiap-tiap atribut yang digambarkan pada diagram kartesius. Tingkat kepentingan ini digunakan untuk mengetahui prioritas perbaikan. Rumus yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut.

1. Tingkat kesesuaian

$$\text{Tingkat kesesuaian} = \frac{\text{Skor penilaian tingkat kinerja}}{\text{skor penilaian tingkat kepentingan}} \times 100\%$$

2. Nilai rata-rata setiap atribut

$$\text{Skor rata - rata tingkat kepentingan} = \frac{\text{skor kepentingan tiap atribut}}{\text{jumlah responden}}$$

$$\text{Skor rata - rata tingkat kinerja} = \frac{\text{skor kinerja tiap atribut}}{\text{jumlah responden}}$$

3. Batas sumbu

$$\text{Batas sumbu tingkat kepentingan} = \frac{\text{Jumlah rata - rata tingkat kepentingan}}{\text{Jumlah atribut}}$$

$$\text{Batas sumbu tingkat kinerja} = \frac{\text{Jumlah rata - rata tingkat kinerja}}{\text{Jumlah atribut}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana sebuah instrumen pengukuran mampu menjalankan fungsinya secara akurat, yakni memastikan bahwa kuesioner yang dirancang benar-benar dapat mengukur aspek yang dimaksud. Kriteria validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r hitung menjadi acuan untuk menilai validitas setiap pertanyaan dalam kuesioner. Pertanyaan dianggap valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel [4]. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan yang melibatkan 30 responden, seluruh pertanyaan dinyatakan valid, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Hasil uji validitas tingkat kepentingan

Variabel	Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	Rasa	0,512	0,361	Valid
X2	Tekstur	0,732	0,361	Valid
X3	Variasi rasa	0,446	0,361	Valid
X4	Konsistensi rasa	0,559	0,361	Valid
X5	Kemasan	0,852	0,361	Valid
X6	Harga	0,623	0,361	Valid
X7	Pelayanan	0,617	0,361	Valid
X8	Lokasi yang strategis	0,626	0,361	Valid

Sumber: Data olahan (2024)

Tabel 3. Hasil uji validitas tingkat kepuasan

Variabel	Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	Rasa	0,556	0,361	Valid
X2	Tekstur	0,786	0,361	Valid
X3	Variasi rasa	0,654	0,361	Valid
X4	Konsistensi rasa	0,668	0,361	Valid
X5	Kemasan	0,879	0,361	Valid
X6	Harga	0,747	0,361	Valid
X7	Pelayanan	0,516	0,361	Valid
X8	Lokasi yang strategis	0,719	0,361	Valid

Sumber: Data olaha (2024)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah atribut suatu instrumen dapat menghasilkan data yang dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan taraf signifikan yang digunakan. Kriteria dari pengujian ini yaitu jika nilai Cronbach's alpha > taraf signifikan maka instrumen dikatakan reliabel [4]. Taraf signifikan yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,6, hasil uji reliabilitas dari kedua aspek dinyatakan reliabel dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas

Aspek	Cronbach alpha	Taraf signifikan	Keterangan
Tingkat kepentingan	0,766	0,6	Reliabel
Tingkat kepuasan	0,842	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan (2024)

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Menyeluruh

Metode Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kinerja serta tingkat kepentingan suatu atribut. Penelitian ini menggunakan skala 1 sampai 5 dengan skala terbaik adalah 5. Hasil perhitungan dengan metode CSI untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bolen pisang De Nisa Bakery terdapat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil perhitungan metode CSI

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
Rasa	4,79	4,33	13,59	58,76
Tekstur	4,56	4,38	12,95	56,65
Variasi rasa	4,49	3,66	12,74	46,64
Konsistensi rasa	4,45	3,91	12,63	49,41
Kemasan	4,44	3,21	12,59	40,46
Harga	4,11	3,83	11,67	44,64
Pelayanan	4,43	4,50	12,56	56,51
Lokasi yang strategis	3,98	4,25	11,28	47,94
Total	35,24			
	WAT			401,01
	CSI			80,20

Sumber: Data olahan (2024)

Berdasarkan perhitungan, diketahui bahwa atribut dengan tingkat kepentingan terendah yaitu lokasi usaha yang strategis dengan skor rata-rata sebesar 3,98. Rendahnya skor ini dikarenakan sebagian besar konsumen melakukan pemesanan secara online tanpa perlu datang langsung ke toko serta terdapat layanan antar produk. Atribut dengan rata-rata skor tingkat kepentingan yang tertinggi didapatkan oleh rasa sebesar 4,79. Tingginya atribut rasa karena atribut ini merupakan faktor terpenting dari suatu produk. Rasa produk yang enak merupakan atribut yang terpenting [5]. Atribut dengan tingkat kepuasan konsumen terendah adalah kemasan dengan skor rata-rata sebesar 3,21. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan saat ini perlu dilakukan perubahan (desain ulang kemasan). Perubahan desain kemasan perlu dilakukan karena konsumen menilai kemasan yang digunakan masih terlihat monoton dan kurang menarik. Sementara itu, atribut dengan tingkat kepuasan tertinggi dengan rata-rata skor sebesar 4,5 adalah kecepatan pelayanan. Hal tersebut berarti konsumen merasa puas dengan kecepatan pemilik dalam merespon pesanan ataupun keluhan dari konsumen.

Berdasarkan atas perhitungan dengan metode CSI terhadap produk bolen pisang De Nisa Bakery secara keseluruhan didapatkan skor sebesar 80,2%. Berdasarkan dari kriteria maka skor tersebut tergolong pada rentang 61-80% yang tergolong kategori puas. Skor tersebut tergolong cukup tinggi, namun untuk memuaskan ekspektasi konsumen diperlukan skor yang lebih tinggi sehingga diperlukan peningkatan dalam beberapa atribut yang belum memberikan kepuasan kepada konsumen secara baik.

Analisis Atribut Kualitas yang Berkinerja

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah pendekatan yang digunakan untuk mengevaluasi atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan, yang kemudian dijadikan dasar untuk pengembangan produk. Metode ini memungkinkan penentuan prioritas perbaikan melalui penyajian data dalam diagram kartesius. Diagram ini terbagi menjadi empat kuadran, yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan) [6].

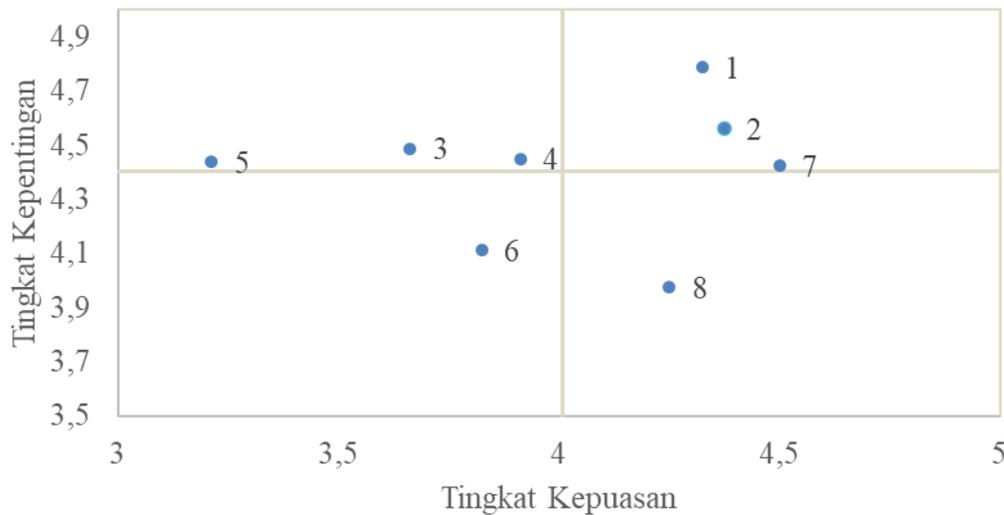
Hasil analisis tingkat kesesuaian rata-rata untuk produk bolen pisang menunjukkan nilai sebesar 91,22%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa meskipun kesesuaian berada dalam rentang 80-100% yang memenuhi harapan konsumen, masih diperlukan upaya perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan [7]. Rincian rata-rata nilai setiap atribut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Skor rata-rata tiap atribut

Atribut	Rata-rata tingkat kepentingan	Rata-rata tingkat kepuasan
Rasa	4,79	4,33
Tekstur	4,56	4,38
Variasi rasa	4,49	3,66
Konsistensi rasa	4,45	3,91
Kemasan	4,44	3,21
Harga	4,11	3,83
Pelayanan	4,43	4,50
Lokasi yang strategis	3,98	4,25
Total	35,24	32,06
Rata-rata	4,40	4,01

Sumber: Data olahan (2024)

Hasil perhitungan di atas kemudian dipetakan ke dalam diagram kartesius dengan sumbu Y adalah tingkat kepentingan dan sumbu X yaitu tingkat kepuasan. Gambar 1 merupakan hasil pemetaan diagram kartesius berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan.

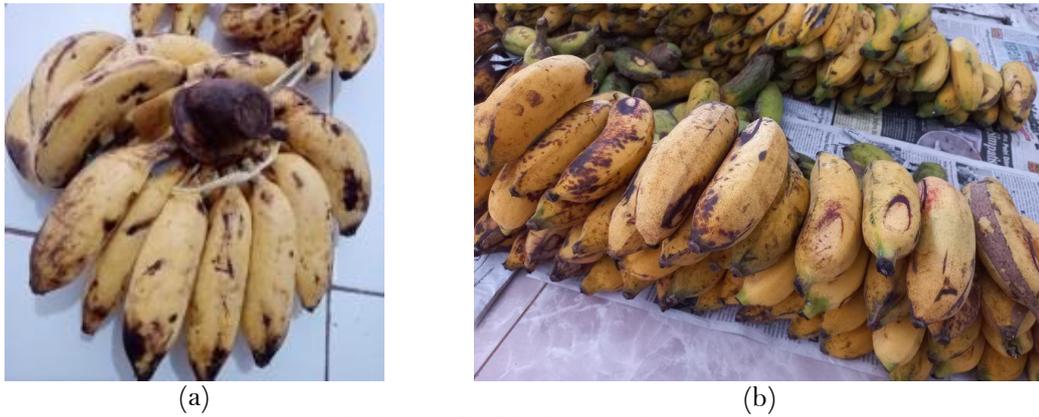


Gambar 1. Diagram kartesius metode Importance Performance Analysis

Gambar diagram kartesius melihat bahwa seluruh atribut yang dianalisis tersebar secara merata ke dalam empat kuadran. Berdasarkan dari hasil tersebut diketahui bahwa atribut rasa, tekstur, variasi rasa, konsistensi rasa, kemasan dan kecepatan pelayanan merupakan atribut dengan tingkat kepentingan yang tinggi. Pada realitanya, atribut rasa, konsistensi rasa, dan kemasan masih belum dapat memuaskan ekspektasi konsumen. Hal tersebut membuat ketiga atribut tersebut masuk kedalam daftar prioritas perbaikan. Tiga atribut lain seperti rasa, tekstur, dan kecepatan pelayanan juga perlu dilakukan perbaikan namun dapat dilakukan setelah meningkatkan kinerja pada tiga atribut yang berada di kuadran I yang masih memiliki tingkat kepuasan konsumen yang rendah. Atribut harga memiliki tingkat kepuasan yang rendah bagi konsumen, namun tidak perlu dilakukan perbaikan secara cepat karena konsumen merasa atribut tersebut kurang penting. Atribut terakhir adalah lokasi yang strategis. Konsumen merasa puas dengan atribut ini, namun konsumen menganggap atribut ini berlebihan. Alasannya yaitu konsumen tidak menganggap penting lokasi karena pemesanan produk dapat dilakukan secara online dan pesanan dapat diantar oleh pemilik. Dari analisis yang dilakukan maka atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah atribut variasi rasa, konsistensi rasa, dan kemasan yang digunakan.

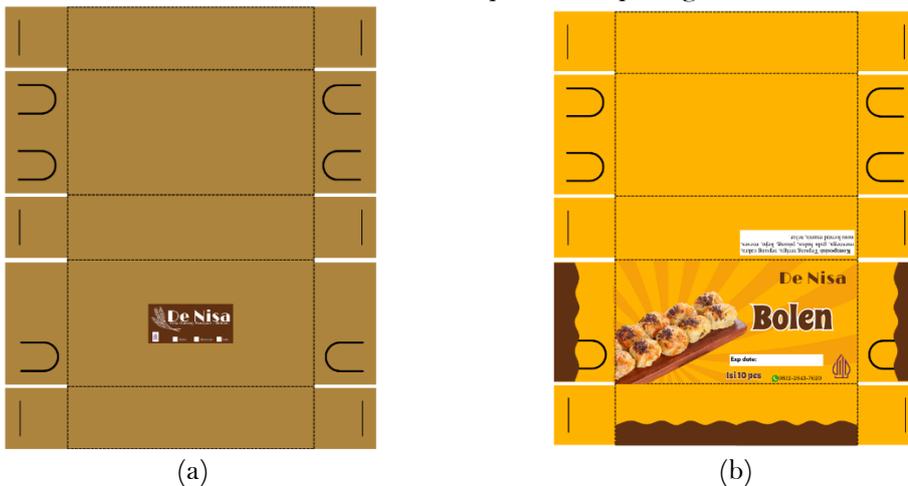
Rekomendasi Perbaikan

Atribut utama yang memerlukan perbaikan yaitu atribut yang berada pada kuadran I yaitu variasi rasa, konsistensi rasa, dan kemasan. Kuadran I merupakan atribut yang penting dan diharapkan konsumen, namun kinerjanya pada saat ini belum memuaskan konsumen [8]. Variasi rasa dari bolen saat ini hanya terdapat dua jenis yaitu bolen pisang dengan keju dan coklat saja. Pengembangan pada variasi rasa dapat dilakukan dengan menambah variasi rasa seperti bolen nanas, tape singkong, nangka, dan durian untuk menarik konsumen yang bosan atau tidak suka dengan pisang. Rasa yang tidak konsisten pada produk dapat dipengaruhi dari bahan baku dan proses produksi. Bahan baku yang digunakan adalah pisang dengan jenis uli atau pisang raja yang sudah matang dan memiliki kulit berwarna kuning terdapat bintik-bintik coklat.



(a) Pisang uli; (b) Pisang raja
Gambar 2. Pisang yang digunakan dalam pembuatan bolen pisang

Proses produksi yang dilakukan harus sesuai dengan ketentuan seperti adonan yang perlu didiamkan (resting) selama 10 menit agar lebih elastis dan mudah dibentuk. Proses pengovenan juga harus dilakukan dengan suhu 160°C selama 45 menit agar tingkat kematangan dan penampilan bolen sesuai dengan standar. Perbaikan pada kemasan yang konsumen anggap terlalu monoton dan kurang menarik. Agar terlihat lebih premium, kemasan diubah dengan kertas ivory 325 gsm dengan full laminasi pada bagian dalam box dengan warna kemasan orange dan coklat yang berarti ceria, natural dan dapat mengundang konsumen untuk membeli. Desain kemasan dapat dilihat pada gambar 3.



(a) Desain kemasan saat ini; (b) Desain kemasan baru
Gambar 3. Desain kemasan bolen pisang

Atribut yang berada pada kuadran II merupakan atribut yang perlu dipertahankan prestasinya karena sudah memiliki tingkat kinerja yang tinggi karena dapat memberikan

kepuasan kepada konsumen. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah rasa, tekstur, dan kecepatan pelayanan. Rasa merupakan faktor utama yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen dalam membeli produk [9]. Rasa khas yang dimiliki bolen yaitu rasa manis yang berasal dari pisang yang dipadukan dengan isian berupa keju atau meses coklat. Peningkatan pada atribut rasa dapat dilakukan dengan menggunakan bahan-bahan yang lebih premium atau penambahan jumlah isian dalam tiap pcs bolen agar dapat memuaskan konsumen. Atribut tekstur juga tidak kalah penting pada produk bolen. Tekstur kulit bolen yang berlapis dan renyah serta dipadukan dengan isian pisang yang lembut menjadi tekstur yang khas dari bolen. Tekstur berlapis ini dihasilkan dari proses melipat adonan dan digiling secara berulang. Peningkatan dari atribut tekstur dapat dilakukan dengan penambahan jenis isian yang dapat mempengaruhi tekstur, seperti isian berupa buah nangka yang akan memberikan sensasi lain saat konsumen menggigitnya. Atribut pelayanan juga berada pada kuadran ini, pelayanan yang diberikan pemilik dalam merespon pesanan sudah cepat. Peningkatan bisa dilakukan dengan menerapkan jadwal operasional dari pukul 07.00–20.00 WIB setiap harinya sehingga pemilik dapat fokus melayani pesanan pada saat jam tersebut.

Atribut lain yang bisa tingkatkan walaupun prioritas perbaikan yang rendah yaitu pada atribut harga yang berada pada kuadran III. Konsumen menganggap harga produk bolen pisang ini kurang penting jika dibandingkan dengan atribut lain. Harga bolen dalam satu box adalah Rp.25.000 dengan isi 10 pcs. Pemilik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan potongan harga pada waktu-waktu tertentu. Atribut terakhir yang konsumen anggap kurang penting adalah atribut lokasi yang strategis yang berada pada kuadran IV. Lokasi usaha yang mudah ditemui dan berada pada pinggir jalan utama perumahan menjadi alasan konsumen merasa puas dengan lokasi. Lokasi UMKM ini juga sudah dapat ditemukan melalui Google Maps. Meskipun atribut ini dirasa kurang penting, namun untuk rencana secara jangka panjang pemilik dapat menyewa tempat yang berada di pinggir jalan raya agar dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen dengan menggunakan kendaraan umum.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Konsumen menganggap atribut mutu rasa, tekstur, variasi rasa, konsistensi rasa, kemasan, harga, pelayanan, dan lokasi yang strategis merupakan atribut yang berpengaruh dari produk bolen pisang. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bolen pisang De Nisa Bakery berdasarkan perhitungan dengan metode CSI adalah 80,2% yang termasuk kategori puas. Namun masih diperlukan perbaikan pada beberapa atribut dengan tingkat kepuasan yang rendah yaitu pada atribut mutu variasi rasa, konsistensi rasa, dan kemasan. Perbaikan pada atribut variasi rasa adalah dengan menambahkan isian berupa nanas, tape singkong, nangka, dan durian. Pengawasan dalam pemilihan bahan baku dan proses produksi agar sesuai standar untuk menghindari rasa yang tidak konsisten. Perbaikan pada kemasan dapat dilakukan dengan melakukan desain ulang kemasan dan melengkapi informasi produk pada label untuk menarik lebih banyak konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian ini baik kepada seluruh dosen, teman-teman, dan kepada orang tua yang telah memberikan saran dan motivasi hingga artikel ini dapat tersusun dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember sebagai wadah penulis menimba ilmu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. H. Listyawati, "Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen," *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, vol.3, no.1, pp.62-70, 2016
- [2] T. A. Dewina and L. F. L. Pratiwi, "Analisis Kelayakan Usaha Bolen Pisang pada UMKM Bolen Ny.Liens's di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Pertanian Agros*, vol. 25, no. 3, pp.2252-2259, 2023

- [3] A. B. Arumdhani, "Analisis Kepuasan Pelanggan Kerupuk Uyel di UD Sekar Kabupaten Pasuruan," Skripsi, Program Studi Teknologi Industri Pertanian Universitas Jember, Jember 2023
- [4] B. Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²), Jakarta: Guapedia, 2021
- [5] P. A. Harsita and A. Amam, "Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk Olahan Singkong," *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, vol.3, no.1, pp.19-27, 2019
- [6] E., Kurniati, E. Silvia, and Z. Efendi, "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kue Bayat Bengkulu," *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, vol.8, no.2, pp.67-75, 2016
- [7] W. Purnomo and D. Riandadari, "Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Bengkel dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik," *Jurnal Teknik Mesin*, vol.3, no.3, pp.54-63, 2015
- [8] H. Rosyidah, T. Wuryandari, and A. Rusgiyono, "Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Fuzzy Servqual, Kuadran IPA, dan Indeks PGCV," *Jurnal Gaussian*, vol.4, no.4, pp.885-894, 2015
- [9] S. T. Rahardjo, *Desain Grafis Kemasan UMKM*, Buku Karya Dosen, 2019