

Tesis Prama

by Prama Hasta

Submission date: 11-Oct-2022 10:05AM (UTC+0700)

Submission ID: 1922202867

File name: ADITYA_-_FULL_BAB_1.docx (5.13M)

Word count: 8972

Character count: 56659

**ANALISIS ATRIBUT DALAM MEMPENGARUHI TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN PISANG CAVENDISH
(Studi Kasus di Kabupaten Sidoarjo)**

TESIS



Oleh:

PRAMA HASTA ADITYA MAULANA SUDRAJAT S.P.

NPM: 20240003

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2022**

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. Tanaman Pisang Cavendish	5
2.1.2. Kandungan dan Manfaat Pisang Cavendish	7
2.1.3. Kualitas Atribut	8
2.1.4. Kepuasan Konsumen	9
2.2. Review Penelitian Sebelumnya	10
2.3. Kerangka Pemikiran	13
BAB III	14
METODE PENELITIAN	14
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	14
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.3. Populasi dan Sampel	14
3.4. Jenis dan Sumber Data	15
3.5. Teknik Pengumpulan Data	15
3.6. Teknik Analisa Data	16
3.7. Teknik Keabsahan Data	17
BAB IV	18
KEADAAN UMUM DAERAH	18
4.1. Tinjauan Geografis	18
4.2. Potensi Sumber Daya Alam	20
4.3. Keadaan Sosial dan Ekonomi	21
4.4. Keadaan Penduduk	21

BAB V	26
HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN	26
5.1. Gambaran Umum Penelitian.....	26
5.2. Teknik Keabsahan Data	30
5.3. Analisis Hasil Wawancara.....	32
5.3.1. Kualitas atribut Pisang Cavendish di Kabupaten Sidoarjo	32
5.3.2. Kepuasan yang dirasakan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo.	35
5.3.3. Kualitas atribut Pisang Cavendish mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo.	37
5.4. Pembahasan	38
5.5. Keunikan Penelitian	43
BAB VI	44
SIMPULAN DAN SARAN	44
6.1. Simpulan	44
6.2. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Klasifikasi Ilmiah Pisang Cavendish	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	13
Gambar 5.1 Jenis Kelamin Narasumber	28
Gambar 5.2 Usia Narasumber	28
Gambar 5.3 Tinglat Pendidikan	29
Gambar 5.4 Pekerjaan	29
Gambar 5.5 Penghasilan	30

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Nama Narasumber dan Lokasi Penelitian	27
Tabel 5.2 Hasil Wawancara Kualitas Atribut Pisang Cavendish	32
Tabel 5.3 Hasil Wawancara Kepuasan Konsumen Pisang Cavendish	35

ABSTRAKSI

Pisang Cavendish memiliki atribut yang mendukung kualitas. Atribut yang mendukung kualitas Pisang Cavendish adalah harga, rasa, warna kulit, kebersihan dan lain sebagainya. Atribut-atribut tersebut mampu menghasilkan kepuasan konsumen jika sesuai dengan ekspektasi konsumen. Meningkatnya kualitas atribut dari buah pisang akan menambah kepuasan konsumen dan mendorong konsumen untuk menambah konsumsi buah pisang. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisa kualitas atribut Pisang Cavendish dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang berbelanja langsung di pedagang kecil dan Supermarket Sidoarjo dengan teknik Accidental Sampling. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 12 orang di pedagang kaki lima dan supermarket Sidoarjo. Metode analisis data yang digunakan adalah Kualitatif dengan jenis data Kualitatif Cross Section. Hasil penelitian konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo tersebut menunjukkan mayoritas konsumen memberikan jawaban-jawaban yang positif pada atribut-atribut Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat display Pisang Cavendish.

Kata kunci : Atribut, Kualitas, Harga, Pisang Cavendish

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan tingkat kesuburan tanah yang cukup tinggi, dimana tercatat bahwa sebanyak 127 perkebunan berkembang di Indonesia diantaranya komoditas kelapa sawit, kopi, kakao, teh, rempah, hingga pisang. Direktur Jendral Perkebunan menjelaskan bahwa komoditas perkebunan telah berkontribusi pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto di Indonesia bahkan nilainya mampu melebihi migas, terbukti pada tahun 2016 komoditi perkebunan mampu menyumbang PDB Indonesia hingga 429 triliun Rupiah, sedangkan migas hanya sebesar 365 triliun Rupiah (Economy Okezone, 2017). Berdasarkan data tersebut tentunya Pemerintah dapat lebih memanfaatkan potensi pada sektor perkebunan agar Indonesia mencapai kejayaan dalam komoditi perkebunan dibandingkan dengan migas karena perkebunan merupakan sumber daya alam yang dapat diperbarui, sedangkan migas berangsur-asur akan habis dan tidak dapat diperbarui.

Sesuai penjelasan sebelumnya bahwa salah satu perkebunan yang berkembang di Indonesia adalah perkebunan komoditi pisang. Diketahui bahwa pisang merupakan salah satu buah yang digemari masyarakat terutama anak-anak karena kaya akan nutrisi seperti serat, antioksidan, kalium, vitamin C, magnesium, karbohidrat, protein, tembaga dan lemak. Selain itu pisang juga mengandung riboflavin, vitamin B6, dan potassium yang mampu melindungi jantung dan bermanfaat bagi kesehatan rambut maupun kulit. Buah

pisang yang kaya akan manfaat telah banyak diproduksi di berbagai negara, salah satunya Indonesia yang merupakan negara ketiga dari sepuluh negara penghasil pisang terbesar di dunia dimana produksinya mencapai 7,2 juta ton per tahun (Kompas, 2021). Indonesia merupakan negara yang potensial sebagai produsen buah pisang untuk semua varietas pisang salah satunya Pisang Cavendish yang nutrisi tiap pisangnya dikayakini setara dengan dua buah apel.

Pisang Cavendish memiliki atribut yang mendukung kualitasnya. Atribut adalah karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subyektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Adapun atribut yang mendukung kualitas Pisang Cavendish adalah harga, rasa, warna kulit, kebersihan dan lain sebagainya. Atribut-atribut tersebut mampu menghasilkan kepuasan konsumen jika sesuai dengan ekspektasinya. Meningkatnya kualitas atribut dari buah pisang akan menambah kepuasan konsumen dan mendorong konsumen untuk menambah konsumsi akan buah pisang.

Oliver (1999)) dalam Kusmayasari, *et al.*, (2014) menyatakan bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Kusmayasari, *et al.*, (2014) bahwa atribut produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga sesuai dengan penelitian tersebut maka pentingnya melanjutkan penelitian agar dapat mengetahui kualitas atribut Pisang Cavendish dalam mempengaruhi kepuasan konsumen terutama di kawasan Sidoarjo dengan mengangkat judul “**Analisis**

Atribut Dalam Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Pisang Cavendish (Studi Kasus di Kabupaten Sidoarjo)”

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian tentang kualitas atribut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo membentuk suatu rumusan masalah yang akan dijelaskan lebih mendalam pada penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas atribut Pisang Cavendish di Kabupaten Sidoarjo?
2. Bagaimana kepuasan yang dirasakan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo?
3. Bagaimana kualitas atribut Pisang Cavendish mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diperoleh setelah melakukan berbagai kajian mendalam tentang kualitas atribut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo adalah:

1. Untuk menjelaskan kualitas atribut Pisang Cavendish di Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo.
3. Untuk menganalisa kualitas atribut Pisang Cavendish dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Teori-teori pendukung dalam penelitian ini baik yang bersumber dari jurnal penelitian terdahulu maupun literasi lainnya dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komoditi Pisang Cavendish.

2. Manfaat Praktis

Sedangkan hasil dalam penelitian ini dapat memberikan proyeksi tentang bentuk-bentuk kualitas atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Tanaman Pisang Cavendish

Pisang Cavendish merupakan komoditas buah tropis yang sangat populer di dunia, di Indonesia, pisang ini lebih dikenal dengan sebutan Pisang Ambon Putih. Pisang Cavendish banyak dikembangkan biakan menggunakan metode kultur jaringan.² Pohon Pisang Cavendish mempunyai tinggi batang 2,5 - 3 m dengan warna hijau kehitaman. Daunnya berwarna hijau tua. Panjang Tandan 60 - 100 cm dengan berat 15 - 30 kg. Setiap tandan terdiri dari 8 - 13 sisiran dan setiap sisiran ada 12 - 22 buah. Daging buah dari pisang ini putih kekuningan, rasanya manis agak asam, dan lunak. Kulit buah agak tebal berwarna hijau kekuningan sampai kuning muda halus (Wikipedia, 2021).

Suhu merupakan faktor utama untuk pertumbuhan tanaman Pisang Cavendish. Suhu optimum untuk pertumbuhannya adalah sekitar 27° C, dan suhu maksimumnya 38° C. Tanaman ini tumbuh di daerah tropis dan subtropis, pisang ini tidak dapat tumbuh di dataran tinggi, ketinggian di atas 1600 m dpl. Kebanyakan pisang tumbuh baik di lahan terbuka, tetapi kelebihan penyinaran akan menyebabkan terbakar-matahati (sunburn). Tanaman ini juga sangat sensitif terhadap angin kencang karena dapat menyebabkan daunnya rusak dan robek, distorsi tajuk dan merobohkan pohonnya. Untuk pertumbuhan yang optimal, curah hujan yang diperlukan sekitar 200-220 mm,

dan kelembapan tanahnya tidak kurang dari 60-70% dari kapasitas lapangan. Tanah yang paling baik untuk pertumbuhan Pisang Cavendish adalah tanah liat yang dalam dan gembur serta yang memiliki pengeringan dan aerasi yang baik. Tanaman ini toleran terhadap pH 4,5-7,5 (Wikipedia, 2021)



Gambar 2.1 Klasifikasi Ilmiah Pisang Cavendish

Sumber: Wikipedia, 2020

Pisang Cavendish merupakan salah satu dari sekian banyak jenis pisang yang menjadi primadona banyak orang di seluruh belahan dunia termasuk di Indonesia. Pisang ini akan banyak ditemukan di supermarket dengan tampilannya sangat menarik

karena warna kuningnya yang sangat khas. Kulitnya yang bersih dan warna kuning terang yang sangat khas yang membuat pisang ini mudah untuk dikenali jika dibandingkan dengan beberapa jenis pisang lain khas Indonesia. Pisang ini terkadang banyak yang menganggap sebagai pisang impor karena kulitnya yang sangat bersih dan relatif mulus dengan warna kuning yang cerah padahal pisang ini diproduksi oleh kebun milik grup Gunung Sewu Kencana dan berada di daerah Lampung dan Blitar (TaniHub, 2021).

2.1.2. Kandungan dan Manfaat Pisang Cavendish

Pisang memiliki tekstur yang sangat lembut dan mudah untuk dikonsumsi segala usia. Tidak hanya rasanya saja yang sangat lezat, ternyata pisang juga banyak memiliki kandungan yang bagus untuk tubuh diantaranya (TaniHub, 2021):

- a. Biasanya dalam satu buah pisang Cavendish mengandung 467 kalium yang sangat bagus dan mampu untuk memberikan perlindungan yang cukup kuat pada sistem kardiovaskular. Jadi bagi yang memiliki riwayat penyakit darah tinggi atau ingin terhindar dari tekanan darah tinggi maka dapat rutin mengonsumsi buah Pisang Cavendish secara rutin, bahkan mampu menghindari resiko stroke.
- b. Pisang Cavendish sangat kaya akan kandungan zat potassium yang fungsinya untuk memasok energi elektrolit dalam tubuh.
- c. Pisang Cavendish juga banyak mengandung zat triptofan dan serotonin, norepinefrin yang mampu untuk membantu dalam tindakan pencegahan penyakit depresi dan mendorong seseorang untuk lebih memiliki sikap santai dan tenang.

- d. Pisang Cavendish juga mampu menekan asam dalam sistem saluran pencernaan dan mampu mengurangi rasa mulas saat terdapat gangguan sistem pencernaan.
- e. Pisang Cavendish banyak mengandung zat pektin dan juga serat yang mampu untuk menghindarkan dari beberapa jenis penyakit lainnya.

2.1.3. Kualitas Atribut

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Kotler dan Keller (2009) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Sedangkan atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subyektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Permadi dan Winarti (2015) menjelaskan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengukur Pisang Cavendish adalah:

- 1) Harga, yaitu nilai uang yang harus keluarkan oleh konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang yang diinginkan.
 - a. Pisang Cavendish memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen
 - b. Pisang Cavendish memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya
- 2) Rasa, yaitu tanggapan indra terhadap rangsangan saraf seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap
 - a. Pisang Cavendish memiliki rasa yang manis
 - b. Pisang Cavendish memiliki rasa yang punel dan lezat
- 3) Kesegaran, yaitu keadaan (hal, sifat, dan sebagainya) segar

- a. Pisang Cavendish memiliki kesegaran yang tahan lama
 - b. Pisang Cavendish memiliki kualitas kesegaran yang baik
- 4) Ukuran, yaitu hasil dari mengukur suatu benda
- a. Pisang Cavendish memiliki ukuran yang besar
 - b. Pisang Cavendish memiliki porsi ukuran yang cukup dalam satu kali konsumsi.
- 5) Bentuk, yaitu wujud yang tampak
- a. Pisang Cavendish memiliki bentuk yang indah
 - b. Pisang Cavendish memiliki bentuk yang rapi
- 6) Warna Kulit, yaitu keragaman warna pada kulit
- a. Pisang Cavendish memiliki warna kulit yang cantik
 - b. Pisang Cavendish memiliki warna kulit yang cerah
- 7) Kebersihan Kulit, yaitu menjaga kebersihan dan kualitas tekstur kulit
- a. Pisang Cavendish memiliki kebersihan kulit yang sangat baik
 - b. Pisang Cavendish diletakkan pada tempat yang bersih untuk menjaga kualitasnya.

2.1.4. Kepuasan Konsumen

Oliver (1999) dalam Kusmayasari, *et al.*, (2014) menyatakan bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah

maupun di atas harapan. Harapan konsumen menjadi faktor penting dalam proses kepuasan konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*,2014).

Penjelasan lainnya tentang kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu kepuasan atau kekecewaan seseorang yang dapat dirasakan setelah membandingkan antara kesan suatu produk dengan apa yang sebenarnya diharapkan dari produk tersebut (Kotler (2002) dalam Ihsani (2005). Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan *Consumer Satisfaction Index (CSI)*. Indeks ini memiliki keuntungan dapat menggunakan data hasil *Important Performance Analysis (IPA)* sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat, namun memiliki kekurangan adalah tidak dapat menganalisis variabel secara terpisah sehingga hasil analisis yang diperoleh kurang jelas.

2.2. Review Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini memiliki beberapa jurnal landasan pendukung penelitian yang bersumber dari peneliti terdahulu, yang dapat disusun sebagai berikut:

1. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Erna Ferrinadewi (2005) yang berjudul “*Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa Ditemukan dalam studi ini 3 faktor atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik

yaitu faktor kualitas, faktor resiko dan faktor merek. Faktor kualitas dan faktor merek merupakan faktor yang memberi pengaruh positif lebih besar dibandingkan faktor resiko terhadap kepuasan konsumen. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen kosmetik di Surabaya cenderung mengabaikan resiko penggunaan kosmetik dan lebih mempercayai nama besar serta reputasi merek.

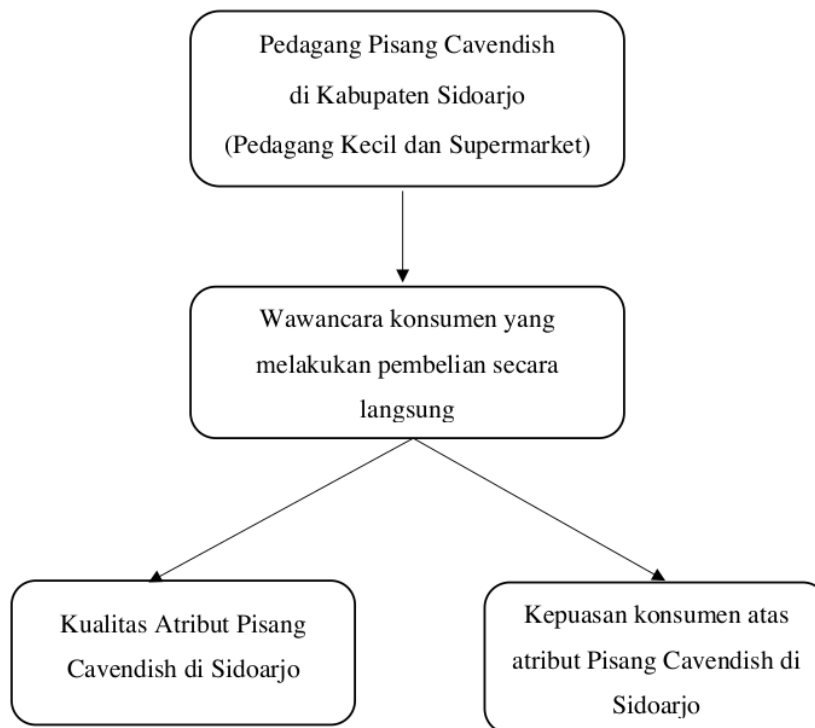
2. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Kasmin Pasaribu, Adil Fadillah, dan Yuliana Anggraeni S. (2010) yang berjudul "*Pengaruh Atribut Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT Kuala Sarana Sejahtera – Puri Begawan)*" membentuk kesimpulan penelitian bahwa atribut pelayanan setelah diuji tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Atribut Pelayanan memiliki hubungan yang rendah dan positif dengan Kepuasan Konsumen dan memiliki 95% kepuasan yang berada di luar atribut pelayanan Puri Begawan itu sendiri.
3. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Nila Swastika, Tri Yanto, dan ANyy Hartati (2013) yang berjudul "*Performansi Kualitas Atribut Beras Organik dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sragen Quality Performance and Satisfaction Level of Consument on Organic Rice in Sragen District*" membentuk kesimpulan penelitian bahwa Atribut beras organik di Kabupaten Sragen yang dianggap penting oleh konsumen beras organik berturut-turut adalah: tidak mudah basi, kepulenan, tempat pembelian, kesesuaian label, kebersihan, warna, aroma, sertifikat organik, harga, dan kemasan. Kepuasan

konsumen berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapat nilai 61,6% (termasuk dalam kategori cukup puas).

4. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Kusmayasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati (2014) yang berjudul “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Green Product (Survei Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar yang Tergabung dalam Followers Official Account Twitter @Sariayu_MT)*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa atribut produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti atribut produk kosmetik Sariayu Solusiyang terdiri dari merek, harga, kualitas, desain, kemasan, dan label telah memberikan nilai dan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Rokhman Permadi dan Lili Winarti (2015) yang berjudul “*Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Pisang Kepok (Studi Kasus Konsumen di Tiga Kota Kuala Pembuang, Sampit, dan Palangkaraya)*” membentuk kesimpulan penelitian bahwa Terdapat kesamaan karakteristik responden buah pisang kepok di tiga kota berdasarkan umur responden. Reponden di Kota Sampit dan Palangkaraya lebih banyak yang telah menempuh Pendidikan Tinggi dibandingkan dengan responden di kota Kuala Pembuang. Selain itu, responden di Kota Kuala Pembuang cenderung berpendapatan relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan responden di Kota Sampit dan Palangkaraya.

2.3. Kerangka Pemikiran

Sub bab ini bertujuan untuk menggambarkan arah penelitian sehingga nantinya akan membentuk suatu hasil akhir tentang bagaimana kualitas atribut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo. Data pendukung penelitian diperoleh melalui prosedur wawancara dengan konsumen ketika melakukan pembelian di pedagang kecil maupun Supermarket yang tersedia di kawasan Sidoarjo.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang kualitas atribut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan prosedur wawancara, observasi, dan dokumentasi pada beberapa konsumen yang sedang berbelanja di lokasi penelitian. Penelitian dengan jenis kualitatif dipilih untuk mengetahui secara langsung bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas atribut Pisang Cavendish di Sidoarjo serta bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen atas atribut yang dimiliki oleh Pisang Cavendish tersebut.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Pisang Cavendish ini dilakukan di Kabupaten Sidoarjo, tepatnya pada konsumen yang berbelanja langsung di pedagang kecil dan Supermarket Sidoarjo sejak penyusunan proposal ini di Bulan Mei hingga Juli 2022. Pemilihan lokasi ini telah disesuaikan dengan jangkauan peneliti untuk memperoleh data penelitian sehingga memudahkan dalam melakukan analisa dan observasi.

3.3. Populasi dan Sampel

Pengertian dari populasi adalah suatu subyek maupun obyek di dalam penelitian yang memiliki unsur atau aktifitas sejenis antara satu dengan lainnya. Peneliti telah memilih populasi berupa seluruh konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo. Kemudian

sampel adalah sebagian dari keseluruhan obyek atau subyek di dalam populasi, dimana peneliti telah memilih sampel dengan teknik *Accidental Sampling* yang dilanjutkan dengan proses wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada konsumen Pisang Cavendish yang berbelanja di:

1. Pedagang kecil Taman Pinang (2 orang)
2. Pedagang kecil Pondok Jati (2 orang)
3. Superindo Sidoarjo (2 orang)
4. Hero Sidoarjo (2 orang)
5. Transmart Sidoarjo (2 orang)
6. Hypermart Sidoarjo (2 orang)

3.4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data *Kualitatif Cross Section* karena peneliti memperoleh data bukan berupa angka melainkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah diurutkan narasumbernya berdasarkan lokasi penelitian, sedangkan sumber datanya merupakan Sumber Data Primer karena diperoleh secara langsung dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, namun didukung juga oleh Sumber Data Sekunder yang bersumber dari jurnal atau literasi terdahulu.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga dalam mengumpulkan data dilakukan melalui teknik:

1. Wawancara, dilakukan dengan prosedur tanya jawab antara peneliti dengan narasumber-narasumber yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu 12 orang narasumber yang berbelanja Pisang Cavendish di pedagang kecil dan Supermarket Sidoarjo tentang kualitas atribut dan kepuasan konsumen.
2. Observasi, dilakukan dengan mengamati perilaku konsumen saat berbelanja Pisang Cavendish di pedagang kecil dan Supermarket Sidoarjo.
3. Dokumentasi, dengan mengambil foto-foto bersama narasumber setelah proses wawancara.

3.6. Teknik Analisa Data

Sesuai dengan penjelasan pada bab sebelumnya bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga teknik analisa yang paling tepat melalui prosedur (Windari, 2019):

- 1) Reduksi data, menjadi tahapan awal dengan meringkas data atau informasi dari prosedur wawancara yang dilakukan selanjutnya membentuk analisa.
- 2) Penyajian data, menjadi tahapan kedua dengan mengumpulkan data lalu menyusunnya dalam bentuk tabulasi serta kerangka konseptual sehingga mampu menjelaskan alur penelitian secara terperinci.
- 3) Penarikan kesimpulan, menjadi tahapan akhir penelitian dengan meninjau ulang hasil wawancara maupun literasi yang diperoleh lalu dilanjutkan membentuk analisa dan ringkasan akhir penelitian.

3.7. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data digunakan untuk menyanggah balik atas hasil wawancara yang dilakukan pada penelitian kualitatif, selain itu keabsahan digunakan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang sudah diperoleh. Keabsahan data dapat diperiksa melalui triangulasi, yaitu (Yunitasari, 2021):

1. Triangulasi Sumber Data bertujuan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode perolehan data, tentunya akan menghasilkan bukti dan data yang berbeda, kemudian memberikan pandangan mengenai fenomena yang diteliti. Triangulasi ini dilakukan dengan menggali informasi dari 12 orang narasumber yang berbelanja Pisang Cavendish di pedagang kecil dan Supermarket Sidoarjo tentang kualitas atribut dan kepuasan konsumen.
2. Triangulasi Teknik bertujuan untuk membandingkan informasi atau data dengan cara atau teknik yang berbeda melalui beberapa informan sekaligus dapat mengecek kebenaran suatu informasi. Triangulasi ini dilakukan dengan menarik kesimpulan yang sama dari seluruh wawancara yang dilakukan kepada konsumen Pisang Cavendish.
3. Triangulasi Waktu merupakan waktu pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data. Triangulasi waktu dapat mempengaruhi data, karena dikumpulkan melalui teknik wawancara di waktu yang berbeda. Triangulasi ini dilakukan melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi pada pagi hingga malam hari ketika para konsumen berbelanja.

BAB IV

KEADAAN UMUM DAERAH

4.1. Tinjauan Geografis

² Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu penyangga Ibu kota Provinsi Jawa Timur merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah dapat dikemas dengan baik dan terarah. Dengan adanya berbagai potensi daerah serta dukungan sumber daya manusia yang memadai, maka dalam perkembangannya Kabupaten Sidoarjo mampu menjadi salah satu daerah strategis bagi pengembangan perekonomian regional. Kabupaten Sidoarjo terletak antara 112°5' dan 112°9' Bujur Timur dan antara 7°3' dan 7°5' Lintang Selatan.

- Batas Wilayah :

Utara : Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik

Timur : Selat Madura

Selatan : Kabupaten Pasuruan

Barat : Kabupaten Mojokerto

- Topografi

Dataran Delta dengan ketinggian antara 0 s/d 25 m, ketinggian 0-3m dengan luas 19.006 Ha, meliputi 29,99%, merupakan daerah pertambakan yang berada di

wilayah bagian timur. Wilayah Bagian Tengah yang berair tawar dengan ketinggian 3-10 meter dari permukaan laut merupakan daerah pemukiman, perdagangan dan pemerintahan. Meliputi 40,81 %. Wilayah Bagian Barat dengan ketinggian 10-25 meter dari permukaan laut merupakan daerah pertanian. Meliputi 29,20%

- Hidrogeologi

Daerah air tanah, payau, dan air asin mencapai luas 16.312.69 Ha. Kedalaman air tanah rata-rata 0–5 m dari permukaan tanah.

- Hidrologi

Kabupaten Sidoarjo terletak di antara dua aliran sungai yaitu Kali Surabaya dan Kali Porong yang merupakan cabang dari Kali Brantas yang berhulu di Kabupaten Malang.

- Klimatologi

Wilayah Sidoarjo beriklim tropis basah dan kering (*Aw*) dengan dua musim, yaitu musim kemarau pada bulan Juni sampai Bulan Oktober dengan bulan terkering adalah Agustus dan musim hujan pada bulan Desember sampai bulan April dengan bulan terbasah adalah Januari. Curah hujan tahunan di wilayah Sidoarjo berkisar antara 1.300–1.700 mm per tahun dengan jumlah hari hujan berkisar antara 80–120 hari hujan per tahun. Suhu udara di wilayah ini bervariasi antara 21°–34 °C dengan tingkat kelembapan nisbi ±76%.

- Struktur Tanah

Alluvial kelabu seluas 6.236,37 Ha Assosiasi Alluvial kelabu dan Alluvial Coklat seluas 4.970,23 Ha Alluvial Hidromart seluas 29.346,95 Ha Gromosal kelabu Tua Seluas 870,70 Ha.

4.2. Potensi Sumber Daya Alam

Perikanan, industri dan jasa merupakan sektor perekonomian utama Sidoarjo. Selat Madura di sebelah Timur merupakan daerah penghasil perikanan, di antaranya Ikan, Udang, dan Kepiting. Logo Kabupaten menunjukkan bahwa Udang dan Bandeng merupakan komoditas perikanan yang utama kota ini. Sidoarjo dikenal pula dengan sebutan "Kota Petis".

Sektor industri di Sidoarjo berkembang cukup pesat karena lokasi yang berdekatan dengan pusat bisnis Jawa Timur (Surabaya), dekat dengan Pelabuhan Tanjung Perak maupun Bandara Juanda, memiliki sumber daya manusia yang produktif serta kondisi sosial politik dan keamanan yang relatif stabil menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di Sidoarjo. Sektor industri kecil juga berkembang cukup baik, di antaranya sentra industri kerajinan tas dan koper di Tanggulangin, sentra industri sandal dan sepatu di Wedoro - Waru dan Tebel -- Gedangan, sentra industri kerupuk di Telasih – Tulangan.

4.3. Keadaan Sosial dan Ekonomi

¹ Realitas kehidupan sosial adalah bagian dari perilaku dan pola dari masyarakat.

Di dalam kehidupan sosial yang menyangkut khalayak umum tentu tidak sedikit permasalahan yang lahir, sebagai konsekuensi dari banyaknya penduduk. Permasalahan sosial yang mudah dijumpai dan hampir di setiap tempat ada yakni masalah pengemis dan gelandangan. seperti halnya di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan data dinas sosial kabupaten Sidoarjo, pengemis dan gelandangan yang ada di Sidoarjo berjumlah 162 orang, yang terdiri dari 100 orang laki-laki dan 62 orang lainnya perempuan. hal ini 51 merupakan permasalahan yang perlu diperhatikan agar mereka memperoleh kesejahteraan yang lebih layak.

4.4. Keadaan Penduduk

4.4.1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

¹ Kabupaten Sidoarjo memiliki 18 Kecamatan yang terdiri dari Kecamatan Sidoarjo dengan jumlah penduduk 1.945.252 jiwa, yang berjenis kelamin laki 977.683 jiwa dan perempuan 967.569 jiwa. Kecamatan Buduran memiliki jumlah penduduk 92.334 jiwa (laki-laki 92.334 jiwa dan perempuan 46.901 jiwa). Kecamatan Candi dengan jumlah penduduk 145.146 (laki-laki 72.283 jiwa dan perempuan 72.863). Kecamatan Porong dengan jumlah penduduk 65.909 jiwa (laki-laki 33.771 jiwa dan perempuan 32.138 jiwa). Kecamatan Krembung dengan jumlah penduduk 58.358 jiwa (laki-laki 29.183 dan perempuan 29.175). Kecamatan Tulangan dengan

jumlah penduduk 87.422 (laki-laki 43.982 jiwa dan perempuan 43.440 jiwa). Kecamatan Tanggulangin dengan jumlah penduduk 84.580 jiwa (laki-laki 42.279 dan perempuan 42.301 jiwa). Kecamatan Jabon dengan jumlah penduduk 49.989 (laki-laki 24.966 dan perempuan 25.023 jiwa). Kecamatan Krian dengan jumlah penduduk 118.685 (laki-laki 59.899 jiwa dan perempuan 58.786 jiwa). Kecamatan Balong Bendo dengan jumlah penduduk 66.865 jiwa (laki-laki 33.633 jiwa dan perempuan 33.232 jiwa). Kecamatan Wonoayu dengan jumlah penduduk 72.009 (laki-laki 36.017 jiwa dan perempuan 35.992 jiwa), Kecamatan Tarik dengan jumlah penduduk 60.977 jiwa (laki-laki 60.977 jiwa dan perempuan 30.362 jiwa). Kecamatan Prambon memiliki jumlah penduduk 68.336 jiwa (laki-laki 68.336 jiwa dan perempuan 34.063 jiwa). Kecamatan Taman dengan jumlah penduduk 212.857 (laki-laki 107.256 jiwa dan perempuan 105.601 jiwa). Kecamatan Waru memiliki jumlah penduduk 231.298 jiwa (laki-laki 116.242 jiwa dan perempuan 115.056 jiwa). Kecamatan Gedangan dengan jumlah penduduk 132.847 jiwa (laki-laki 67.757 jiwa dan perempuan 65.090 jiwa). Kecamatan Sedati dengan jumlah penduduk 92.468 jiwa (lakilaki 46.805 jiwa dan perempuan 45.663 jiwa). Kecamatan Sukodono dengan jumlah penduduk 111.121 jiwa (laki-laki 55.936 dan perempuan 55.185 jiwa). Dari keseluruhan jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo yang tersebar dalam 18 Kecamatan dapat di ketahui jumlah penduduk yang terdapat di 49 Kabupaten Sidoarjo berjumlah 1.945.252 jiwa. Kecamatan yang memiliki jumlah kepadatan penduduk tertinggi adalah Kecamatan Waru dengan jumlah 231.298 jiwa, sedangkan Kecamatan yang memiliki jumlah

penduduk paling sedikit yaitu Kecamatan Jabon dengan jumlah penduduk 49.989 jiwa.

4.4.2. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian

¹ Penduduk Kabupaten Sidoarjo jika dilihat dari aspek ekonomi, banyak yang menggantungkan kehidupannya pada sektor Swasta. ¹ Berdasarkan jenis pekerjaan suatu Kabupaten bisa kita peroleh suatu gambaran ekonomi dalam kabupaten tersebut. Jenis pekerjaan dalam Kabupaten Sidoarjo yang paling dominan dimiliki oleh sektor pekerjaan swasta. penduduk kabupaten Sidoarjo yang bergerak pada sektor swasta dimiliki oleh 310.338 jiwa. Sedangkan untuk peringkat kedua dimiliki oleh kelompok pedagang. Artinya bahwa masyarakat di Kabupaten Sidoarjo banyak yang bergerak dalam dunia perdagangan. Angka yang menunjukkan bahwa masyarakat Sidoarjo bekerja dalam sektor perdagangan sampai 45.888. Peringkat ketiga sektor pekerjaan yang banyak dimiliki oleh kelompok masyarakat Sidoarjo adalah dalam sektor jasa.

4.4.3. Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan

⁴ Berdasarkan tingkat pendidikan, masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo setidaknya memiliki enam jenis tingkat pendidikan yakni ;

1. masyarakat dengan jenjang pendidikan TK
2. masyarakat dengan jenjang pendidikan SD
3. masyarakat dengan jenjang pendidikan SLTP
4. masyarakat dengan jenjang pendidikan SLTA

5. masyarakat dengan jenjang pendidikan akademi
6. masyarakat dengan jenjang pendidikan sarjana

Enam jenjang pendidikan (TK, SD, SLTP, SLTA, Akademi, Sarjana) yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Sidoarjo yang terdiri dari masyarakat dengan tingkat pendidikan TK berjumlah 451.360 orang, masyarakat yang dengan tingkat pendidikan SD berjumlah 441.074, masyarakat dengan jumlah pendidikan SLTP berjumlah 326.661, masyarakat dengan tingkat pendidikan SLTA berjumlah 586.704, masyarakat dengan tingkat pendidikan Akademi berjumlah 37.922, masyarakat dengan tingkat pendidikan Sarjana berjumlah 155.736.

Masing-masing tingkat pendidikan berikut jumlahnya, apabila kita lakukan pemeringkatan berdasarkan jumlah penduduk yang memiliki tingkat pendidikan tersebut. peringkat pertama dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan SLTA, peringkat kedua dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan TK, peringkat ketiga dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan SD, peringkat keempat dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan SLTP, peringkat kelima dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan sarjana, dan peringkat keenam dimiliki oleh penduduk yang berpendidikan akademi.

Tingkat pendidikan merupakan faktor penting yang dimiliki oleh daerah, sehingga dengan penduduk yang memiliki tingkat pendidikan tinggi dimungkinkan memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Disisi lain, adanya tempat pendidikan sebagai fasilitas penunjang untuk kegiatan belajar mengajar penting

diperhatikan. Ketersebaran fasilitas pendidikan di tiap-tiap jenjang memungkinkan masyarakat agar mudah untuk menjangkau. Dengan demikian diharapkan tingkat pendidikan masyarakat bisa meningkat.

BAB V

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Penelitian

² Pisang Cavendish merupakan komoditas buah tropis yang sangat populer di dunia, di Indonesia, pisang ini lebih dikenal dengan sebutan Pisang Ambon Putih. Pisang Cavendish banyak dikembangkan biakan menggunakan metode kultur jaringan. Pohon Pisang Cavendish mempunyai tinggi batang 2,5 - 3 m dengan warna hijau kehitaman. Daunnya berwarna hijau tua. Panjang Tandan 60 - 100 cm dengan berat 15 - 30 kg. Setiap tandan terdiri dari 8 - 13 sisiran dan setiap sisiran ada 12 - 22 buah. Daging buah dari pisang ini putih kekuningan, rasanya manis agak asam, dan lunak. Kulit buah agak tebal berwarna hijau kekuningan sampai kuning muda halus (Wikipedia, 2021).

³ Pisang Cavendish merupakan salah satu dari sekian banyak jenis pisang yang menjadi primadona banyak orang di seluruh belahan dunia termasuk di Indonesia. Pisang ini akan banyak ditemukan di supermarket dengan tampilannya sangat menarik karena warna kuningnya yang sangat khas. ³ Kulitnya yang bersih dan warna kuning terang yang sangat khas yang membuat pisang ini mudah untuk dikenali jika disandingkan dengan beberapa jenis pisang lain khas Indonesia. ³ Pisang ini terkadang banyak yang menganggap sebagai pisang impor karena kulitnya yang sangat bersih dan relatif mulus dengan warna kuning yang cerah padahal pisang ini diproduksi oleh kebun milik grup Gunung Sewu Kencana dan berada di daerah Lampung dan Blitar (TaniHub, 2021).

Peneliti telah melakukan observasi di lapangan dengan membagikan kuesioner kepada 12 narasumber dan melakukan wawancara sederhana tentang kualitas atribut Pisang Cavendish di Kabupaten Sidoarjo serta bagaimana dampaknya pada kepuasan konsumen yang diambil pada enam lokasi yaitu: Pedagang kecil Taman Pinang, Pedagang kecil Pondok Jati, Superindo Sidoarjo, Hero Sidoarjo, Transmart Sidoarjo, dan Hypermart Sidoarjo. Narasumber yang berkontribusi dalam penelitian, dijabarkan secara terperinci berdasarkan informasi demografi berikut:

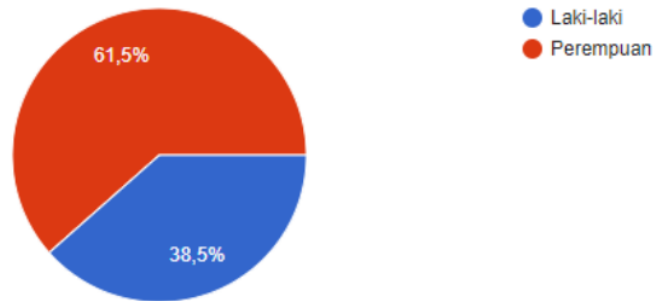
1. Nama Narasumber dan Lokasi Penelitian

Tabel 5.1 Nama Narasumber dan Lokasi Penelitian

No	Nama Narasumber	Jenis Kelamin	Usia	Lokasi Penelitian
1	Tasya	Perempuan	17 – 25 tahun	Hero Sidoarjo
2	Ekwanto	Laki-laki	>35 tahun	Hero Sidoarjo
3	Selvia	Perempuan	17 – 25 tahun	Hypermart Sidoarjo
4	Anggara	Laki-laki	17 – 25 tahun	Hypermart Sidoarjo
5	Alim	Perempuan	26 – 35 tahun	Superindo Sidoarjo
6	Anggi	Perempuan	26 – 35 tahun	Superindo Sidoarjo
7	Dea	Perempuan	26 – 35 tahun	Transmart Sidoarjo
8	Aan	Laki-laki	26 – 35 tahun	Transmart Sidoarjo
9	Ardi	Laki-laki	>35 tahun	Pedagang Kaki Lima Pondok Jati
10	Suci	Perempuan	>35 tahun	Pedagang Kaki Lima Pondok Jati
11	Amel	Perempuan	17 – 25 tahun	Pedagang Kaki Lima Taman Pinang
12	Danang	Laki-laki	17 – 25 tahun	Pedagang Kaki Lima Taman Pinang

Sumber: Peneliti

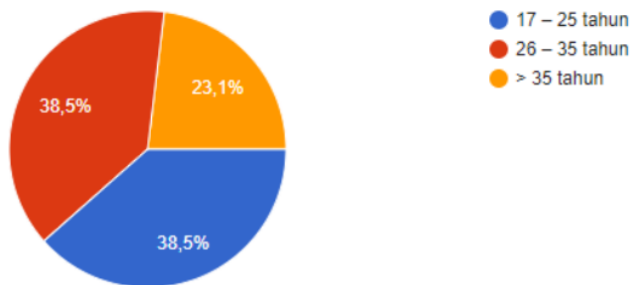
2. Jenis Kelamin



Gambar 5.1 Jenis Kelamin Narasumber

Diagram venn tersebut menjelaskan bahwa sebanyak 61,5 persen (8 orang) berjenis kelamin perempuan dan sisanya 38,5 persen (4 orang) berjenis kelamin laki-laki.

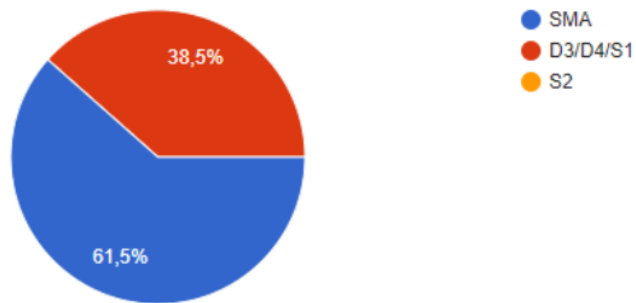
3. Usia



Gambar 5.2 Usia Narasumber

Diagram venn tersebut menjelaskan bahwa sebanyak 38,5 persen (5 orang) berusia antara 17 - 25 tahun, sebanyak 38,5 persen (5 orang) berusia antara 26 - 35 tahun, dan sebanyak 23,1 persen (2 orang) berusia antara lebih dari 35 tahun.

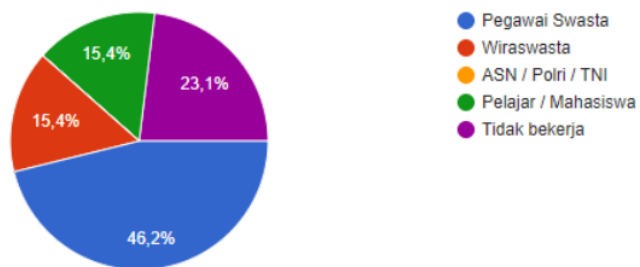
4. Tingkat Pendidikan



Gambar 5.3 Tinglat Pendidikan

Diagram venn tersebut menjelaskan bahwa sebanyak 61,5 persen (8 orang) memiliki tingkat pendidikan SMA dan sebanyak 38,5 persen (4 orang) memiliki tingkat pendidikan D3/D4/S1.

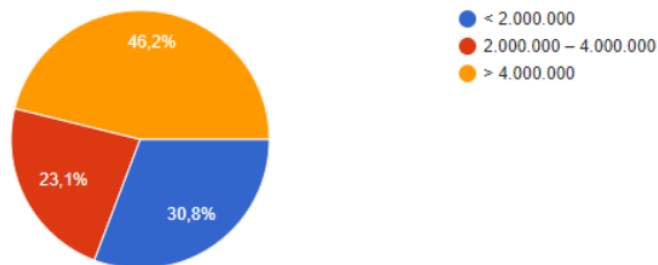
5. Pekerjaan



Gambar 5.4 Pekerjaan

Diagram venn tersebut menjelaskan bahwa sebanyak 46,2 persen (6 orang) bekerja sebagai Pegawai Swasta, sebanyak 23,1 persen (3 orang) tidak bekerja, sebanyak 15,4 persen (2 orang) bekerja sebagai Wiraswasta, dan sebanyak 15,4 persen (2 orang) masih sebagai mahasiswa.

6. Penghasilan



Gambar 5.5 Penghasilan

Diagram venn tersebut menjelaskan bahwa sebanyak 46,2 persen (6 orang) memiliki penghasilan lebih dari 4.000.000 rupiah, sebanyak 30,8 persen (4 orang) memiliki penghasilan kurang dari 2.000.000 rupiah dan sebanyak 23,1 persen (2 orang) memiliki penghasilan 2.000.000 - 4.000.000 rupiah.

5.2. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data digunakan untuk menyanggah balik atas hasil wawancara yang dilakukan pada penelitian kualitatif, selain itu keabsahan digunakan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan penelitian ilmiah sekaligus untuk

menguji data yang sudah diperoleh. Keabsahan data dapat diperiksa melalui triangulasi, yaitu (Yunitasari, 2021):

1. Triangulasi Sumber Data bertujuan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode perolehan data, tentunya akan menghasilkan bukti dan data yang berbeda, kemudian memberikan pandangan mengenai fenomena yang diteliti. Triangulasi ini telah dilakukan dengan menggali informasi dari 12 orang narasumber yang berbelanja Pisang Cavendish di:
 - a. Pedagang kecil Taman Pinang (2 orang)
 - b. Pedagang kecil Pondok Jati (2 orang)
 - c. Superindo Sidoarjo (2 orang)
 - d. Hero Sidoarjo (2 orang)
 - e. Transmart Sidoarjo (2 orang)
 - f. Hypermart Sidoarjo (2 orang)
2. Triangulasi Teknik bertujuan untuk membandingkan informasi atau data dengan cara atau teknik yang berbeda melalui beberapa informan sekaligus dapat mengecek kebenaran suatu informasi. Triangulasi telah ini dilakukan teknik wawancara dan kuesioner kepada konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo tentang atribut yang dimiliki Pisang Cavendish dan kepuasan yang dirasakan konsumen setelah mengkonsumsinya.
3. Triangulasi Waktu merupakan waktu pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data. Triangulasi waktu telah dilakukan oleh peneliti dengan memilih melakukan

wawancara, pembagian kuesioner, dan observasi pagi hingga malam hari ketika para konsumen berbelanja.

5.3. Analisis Hasil Wawancara

5.3.1. Kualitas atribut Pisang Cavendish di Kabupaten Sidoarjo.

Peneliti telah mengajukan 16 pertanyaan yang berkaitan dengan atribut pada Pisang Cavendish baik secara harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat untuk meletakkan pisang.

Tabel 5.2 Hasil Wawancara Kualitas Atribut Pisang Cavendish

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen?	100%	0%
2	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya?	100%	0%
3	Apakah harga Pisang Cavendish lebih mahal dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon karena memiliki kualitas yang berbeda?	61.5%	38.5%
4	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang manis?	100%	0%
5	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang punel dan lezat?	100%	0%
6	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon?	100%	0%
7	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki kesegaran yang tahan lama?	100%	0%
8	Apakah Pisang Cavendish disini memiliki kualitas kesegaran yang baik?	100%	0%
9	Apakah Pisang Cavendish memiliki ukuran yang besar?	100%	0%
10	Apakah Pisang Cavendish memiliki porsi ukuran yang cukup dalam satu kali konsumsi?	92.3%	7.7%
11	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki bentuk yang indah?	100%	0%
12	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki bentuk yang rapi?	100%	0%

13	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki warna kulit yang cantik?	100%	0%
14	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki warna kulit yang cerah?	100%	0%
15	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki kebersihan kulit yang sangat baik?	100%	0%
16	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini diletakkan pada tempat yang bersih untuk menjaga kualitasnya	100%	0%

Sumber: Kuesioner

Pada pertanyaan pertama, seluruh konsumen menyatakan bahwa Pisang Cavendish yang dijual di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen yaitu di kisaran harga 20.000 – 25.000 per sisirnya. Selanjutnya pada pertanyaan ketiga, seluruh konsumen juga menyetujui jika Pisang Cavendish yang dijual oleh pedagang atau supermarket di Sidoarjo telah memiliki harga yang sesuai dengan kualitas pisang, artinya saat pisang masih dalam kondisi segar maka dijual dengan harga normal 25.000 per sisirnya, namun ketika pisang sudah mulai menunjukkan perubahan warna karena perubahan tingkat kematangan, maka pedagang sering memberikan potongan harga pada pisang tersebut bahkan pembeli sering mendapatkan potongan harga lebih dari 50 persen.

Pada pertanyaan selanjutnya, sebanyak 51.5% konsumen mengakui jika harga Pisang Cavendish lebih mahal dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon tetapi harga tersebut memang telah disesuaikan dengan kualitas Pisang Cavendish yang lebih unggul dibandingkan dengan jenis pisang lainnya terutama dari segi rasa yang lebih manis, lebih punel, dan lezat. Bahkan hampir seluruh konsumen menyetujui jika Pisang Cavendish memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon, dan hanya 7.7% yang menyatakan

tidak setuju jika rasa Pisang Cavendish lebih enak dibandingkan dengan jenis pisang lainnya.

Pisang Cavendish yang dijual di 12 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo bagi seluruh konsumen memiliki kualitas kesegaran yang baik dan tahan lama, tetapi jika dilihat dari segi ukuran tidak semua pisang memiliki ukuran yang besar sebab ada sebagian pedagang atau supermarket di Sidoarjo yang menjual pisang dengan ukuran lebih kecil dibandingkan dengan ukuran normal Pisang Cavendish seperti yang dijual oleh Pedagang Kaki Lima, Hero, dan Transmart di Sidoarjo. Bahkan hanya 84,6 persen konsumen yang merasa kenyang hanya dengan mengonsumsi satu buah Pisang Cavendish sedangkan lainnya harus mengonsumsi lebih dari satu agar kenyang karena memang Pisang Cavendish memiliki kulit yang sangat tebal dibandingkan dengan jenis pisang lainnya, sehingga ketika ukurannya lebih kecil maka isi buahnya pun juga pasti lebih kecil. Namun dibalik ukuran Pisang Cavendish yang bervariasi, ternyata seluruh konsumen menyetujui jika Pisang Cavendish yang dijual pada 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memiliki bentuk susunan yang rapi, indah, dan memiliki warna yang cantik serta menarik. Pedagang atau supermarket di Sidoarjo yang menjual Pisang Cavendish meletakkan pisang tersebut di tempat tersendiri yang mudah diakses oleh konsumen dan tentunya *eye catching*, sebab selain memudahkan konsumen untuk membedakan Pisang Cavendish dengan pisang lainnya maupun buah lainnya, selain itu untuk menjaga kesegaran pisang agar lebih tahan lama.

Penjelasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo tentang atribut yang dimiliki oleh pisang tersebut menunjukkan mayoritas konsumen memberikan jawaban-jawaban

yang positif pada atribut-atribut Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat untuk meletakkan pisang. Jawaban-jawaban tersebut juga didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu konsumen yaitu Bapak Ekwan (konsumen di Hero Sidoarjo), dimana Beliau mengatakan bahwa Pisang Cavendish memiliki rasa yang lebih enak, tetapi hampir seluruh konsumen tidak mengetahui jika Pisang Cavendish adalah Pisang Ambon Putih dan merupakan produksi lokal.

“Pisang Cavendish itu lebih segar, lebih enak, lebih apa gitu Mas ya... Saya juga sudah lama mengkonsumsi Pisang Cavendish, tapi saya baru tau kalau Pisang Cavendish itu produk lokal sejenis Pisang Ambon Putih, karena saya kira itu impor dari luar. Tapi memang saya lebih suka Pisang Cavendish daripada pisang-pisang lainnya”

5.3.2. Kepuasan yang dirasakan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo.

Peneliti telah mengajukan 12 pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada Pisang Cavendish yang diukur dengan *Consumer Satisfaction Index* (CSI) di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo.

Tabel 5.3 Hasil Wawancara Kepuasan Konsumen Pisang Cavendish

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah Anda membeli Pisang Cavendish untuk konsumsi pribadi?	100%	0%
2	Apakah Anda sering membeli Pisang Cavendish?	92.3%	7.7%
3	Apakah Anda mengkonsumsi Pisang Cavendish lebih dari 3 kali dalam satu bulan?	92.3%	7.7%
4	Apakah Anda merasa lebih berenergi setelah mengkonsumsi Pisang Cavendish?	84.6%	15.4%
5	Apakah pencernaan Anda lebih lancar dan sehat setelah mengkonsumsi Pisang Cavendish?	100%	0%
6	Apakah jantung Anda lebih sehat ketika mengkonsumsi Pisang Cavendish?	76.9%	23.1%
7	Apakah tekanan darah Anda normal saat mengkonsumsi Pisang Cavendish?	92.3%	7.7%

8	Apakah Anda merasa lebih tenang setelah mengonsumsi Pisang Cavendish?	76.9%	23.1%
9	Apakah Anda mengetahui Pisang Cavendish memiliki banyak kandungan kalsium, potassium, vitamin, dan mineral lainnya?	76.9%	23.1%
10	Apakah Anda mengetahui Pisang Cavendish ini berasal dari petani lokal?	61.5%	38.5%
11	Apakah Anda nyaman berbelanja Pisang Cavendish di sini?	100%	0%
12	Apakah Anda merasa puas membeli dan mengonsumsi Pisang Cavendish?	100%	0%

Sumber: Kuesioner

Pada pertanyaan pertama, diketahui bahwa seluruh konsumen di 6 lokasi tersebut membeli Pisang Cavendish untuk konsumsi pribadi, namun yang sering membeli Pisang Cavendish hanya sebanyak 92,3 persen konsumen hingga 3 kali pembelian dalam satu bulan. Selain itu, 84,6 persen konsumen merasa lebih berenergi ketika mengonsumsi Pisang Cavendish karena memiliki kandungan zat potassium yang berfungsi untuk memasok energi elektrolit dalam tubuh.

Seluruh konsumen menyadari bahwa dengan mengonsumsi Pisang Cavendish, pencernaan menjadi lebih lancar karena Pisang Cavendish kaya kan serat, bahkan 92,3 persen konsumen menyadari dengan mengonsumsi Pisang Cavendish tekanan darah menjadi normal dan jantung lebih sehat karena Pisang Cavendish mengandung 467 kalium yang sangat bagus dan mampu untuk memberikan perlindungan yang cukup kuat pada sistem kardiovaskular dan dapat terhindar dari tekanan darah tinggi. Selain itu 76,9 persen konsumen merasakan ketenangan saat mengonsumsi Pisang Cavendish karena kandungan norepinefrin yang mampu mencegah depresi dan mendorong seseorang untuk lebih memiliki sikap santai dan tenang, meskipun hanya 76,9 persen konsumen yang mengetahui kandungan-kandungan yang bermanfaat dalam Pisang Cavendish seperti, kalium, potassium, vitamin, mineral, dan lain-lain.

Konsumen yang membeli Pisang Cavendish di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memang merasa nyaman dan puas mengkonsumsi Pisang Cavendish, tetapi hanya 61,6 persen konsumen mengetahui bahwa Pisang Cavendish merupakan hasil produksi petani lokal, seperti penjelasan salah satu konsumen di Superindo yaitu Ibu Anggi yang merasakan puas mengkonsumsi Pisang Cavendish dan selalu membeli pisang tersebut tetapi tidak mengetahui bahwa Pisang Cavendish berasal dari petani lokal

“Saya puas... Puas banget.. makanya sering beli bolak balik dan selalu Cavendish. Tapi saya nggak tau kalau Cavendish dari petani lokal. Emang gitu ya? Nggak tau juga saya, baru tau ini. Pisang Cavendish rasanya emang lebih enak dan itu pun kualitasnya jauh lebih bagus sih, makanya saya suka”

5.3.3. Kualitas atribut Pisang Cavendish mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo.

Atribut yang dimiliki Pisang Cavendish baik secara harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat untuk meletakkan pisang direpson positif oleh konsumen dengan mayoritas konsumen menjawab “YA” dalam setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, selain itu seluruh konsumen menjawab “YA” merasa puas dengan mengkonsumsi Pisang Cavendish sehingga dapat dikatakan bahwa atribut yang dimiliki Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo seperti penjelasan Alim yang membeli Pisang Cavendish di Superindo

“Pisang Cavendish ini buah paling enak sih aku bilang, bahkan aku konsumsi Pisang Cavendish sudah dari kecil, dari SD mungkin dan aku selalu merasakan puas kalau mengkonsumsi pisang ini karena emang enak..”

5.4. Pembahasan

Pisang memiliki tekstur yang sangat lembut dan mudah untuk dikonsumsi segala usia. Tidak hanya rasanya saja yang sangat lezat, ternyata pisang juga banyak memiliki kandungan yang bagus untuk tubuh diantaranya mengandung 467 kalium yang sangat bagus dan mampu untuk memberikan perlindungan yang cukup kuat pada sistem kardiovaskular. Jadi bagi yang memiliki riwayat penyakit darah tinggi atau ingin terhindar dari tekanan darah tinggi maka dapat rutin mengkonsumsi buah Pisang Cavendish secara rutin, bahkan mampu menghindari resiko stroke, kaya akan kandungan zat potassium yang fungsinya untuk memasok energi elektrolit dalam tubuh, mengandung zat triptofan dan serotonin, norepinefrin yang mampu untuk membantu dalam tindakan pencegahan penyakit depresi dan mendorong seseorang untuk lebih memiliki sikap santai dan tenang, mampu menekan asam dalam sistem saluran pencernaan dan mampu mengurangi rasa mulas saat terdapat gangguan sistem pencernaan, mengandung zat pektin dan juga serat yang mampu untuk menghindarkan dari beberapa jenis penyakit lainnya (TaniHub, 2021).

Pada Pisang Cavendish memiliki atribut-atribut yang menjadi keunggulan buah ini. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Kotler dan Keller (2009) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Sedangkan atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subyektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen (Ferrinadewi

(2005) dalam Kusmayasari, *et al.*, 2014). Permadi dan Winarti (2015) menjelaskan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengukur Pisang Cavendish adalah harga, rasa, kesegaran, ukuran, bentuk, warna kulit, dan kebersihan kulit.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada 12 narasumber yang merupakan konsumen Pisang Cavendish di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo (Pedagang kecil Taman Pinang, Pedagang kecil Pondok Jati, Superindo Sidoarjo, Hero Sidoarjo, Transmart Sidoarjo, dan Hypermart Sidoarjo) diperoleh hasil bahwa penjelasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo tentang atribut yang dimiliki oleh pisang tersebut menunjukkan mayoritas konsumen memberikan jawaban-jawaban yang positif pada atribut-atribut Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat untuk meletakkan pisang. Pada pertanyaan pertama, seluruh konsumen menyatakan bahwa Pisang Cavendish yang dijual di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen yaitu di kisaran harga 20.000 – 25.000 per sisirnya. Selanjutnya pada pertanyaan ketiga, seluruh konsumen juga menyetujui jika Pisang Cavendish yang dijual oleh pedagang atau supermarket di Sidoarjo telah memiliki harga yang sesuai dengan kualitas pisang, artinya saat pisang masih dalam kondisi segar maka dijual dengan harga normal 25.000 per sisirnya, namun ketika pisang sudah mulai menunjukkan perubahan warna karena perubahan tingkat kematangan, maka pedagang sering memberikan potongan harga pada pisang tersebut bahkan pembeli sering mendapatkan potongan harga lebih dari 50 persen. Selain itu konsumen juga mengakui jika harga Pisang Cavendish lebih mahal dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon tetapi harga

tersebut memang telah disesuaikan dengan kualitas Pisang Cavendish yang lebih unggul dibandingkan dengan jenis pisang lainnya terutama dari segi rasa yang lebih manis, lebih punel, dan lezat bahkan hampir seluruh konsumen menyetujui jika Pisang Cavendish memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon.

Pisang Cavendish yang dijual di 12 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo bagi seluruh konsumen memiliki kualitas kesegaran yang baik dan tahan lama, tetapi jika dilihat dari segi ukuran tidak semua pisang memiliki ukuran yang besar sebab ada sebagian pedagang atau supermarket di Sidoarjo yang menjual pisang dengan ukuran lebih kecil dibandingkan dengan ukuran normal Pisang Cavendish seperti yang dijual oleh Pedagang Kaki Lima, Hero, dan Transmart di Sidoarjo. Bahkan hanya 84,6 persen konsumen yang merasa kenyang hanya dengan mengonsumsi satu buah Pisang Cavendish sedangkan lainnya harus mengonsumsi lebih dari satu agar kenyang karena memang Pisang Cavendish memiliki kulit yang sangat tebal dibandingkan dengan jenis pisang lainnya, sehingga ketika ukurannya lebih kecil maka isi buahnya pun juga pasti lebih kecil. Namun dibalik ukuran Pisang Cavendish yang bervariasi, ternyata seluruh konsumen menyetujui jika Pisang Cavendish yang dijual pada 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memiliki bentuk susunan yang rapi, indah, dan memiliki warna yang cantik serta menarik. Pedagang atau supermarket di Sidoarjo yang menjual Pisang Cavendish meletakkan pisang tersebut di tempat tersendiri yang mudah diakses oleh konsumen dan tentunya *eye catching*, sebab selain memudahkan konsumen untuk

membedakan Pisang Cavendish dengan pisang lainnya maupun buah lainnya, selain itu untuk menjaga kesegaran pisang agar lebih tahan lama.

Selain atribut, peneliti juga menemukan fakta-fakta kepuasan konsumen yang rutin mengkonsumsi Pisang Cavendish. Oliver (1999)) dalam Kusmayasari, *et al.*, (2014) menyatakan bahwa kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan. Harapan konsumen menjadi faktor penting dalam proses kepuasan konsumen (Ferrinadewi (2005) dalam Kusmayasari, *et al.*,2014). Penjelasan lainnya tentang kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu kepuasan atau kekecewaan seseorang yang dapat dirasakan setelah membandingkan antara kesan suatu produk dengan apa yang sebenarnya diharapkan dari produk tersebut (Kotler (2002) dalam Ihsani (2005). Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan *Consumer Satisfaction Index* (CSI). Indeks ini memiliki keuntungan dapat menggunakan data hasil *Important Performance Analysis* (IPA) sebagai data awal dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variabel keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat, namun memiliki kekurangan adalah tidak dapat menganalisis variabel secara terpisah sehingga hasil analisis yang diperoleh kurang jelas. Pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini yang diukur menggunakan *Consumer Satisfaction Index* (CSI) berkaitan tentang intensitas pembelian dan konsumsi Pisang Cavendish, kandungan dan manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi Pisang Cavendish, serta kenyamanan dan kepuasan berbelanja Pisang Cavendish.

Pada pertanyaan pertama, diketahui bahwa seluruh konsumen di 6 lokasi tersebut membeli Pisang Cavendish untuk konsumsi pribadi hingga 3 kali pembelian dalam satu bulan. Selain itu, mayoritas konsumen merasa lebih berenergi ketika mengonsumsi Pisang Cavendish karena memiliki kandungan zat potassium yang berfungsi untuk memasok energi elektrolit dalam tubuh. Seluruh konsumen menyadari bahwa dengan mengonsumsi Pisang Cavendish, pencernaan menjadi lebih lancar karena Pisang Cavendish kaya akan serat, bahkan mayoritas konsumen juga menyadari dengan mengonsumsi Pisang Cavendish tekanan darah menjadi normal dan jantung lebih sehat karena Pisang ³ Cavendish mengandung 467 kalium yang sangat bagus dan mampu untuk memberikan perlindungan yang cukup kuat pada sistem kardiovaskular dan dapat terhindar dari tekanan darah tinggi. Selain itu konsumen juga merasakan ketenangan saat mengonsumsi Pisang Cavendish karena kandungan norepinefrin yang mampu mencegah ³ depresi dan mendorong seseorang untuk lebih memiliki sikap santai dan tenang, meskipun hanya sebagian konsumen yang mengetahui kandungan-kandungan yang bermanfaat dalam Pisang Cavendish seperti, kalium, potassium, vitamin, mineral, dan lain-lain. Seluruh pembahasan pada hasil penelitian selaras dengan penelitian milik Swastika, et al (2013) bahwa atribut yang dimiliki suatu produk sangat penting bagi peningkatan kepuasan konsumen yang diukur dengan *Consumer Satisfaction Index* (CSI).

5.5. Keunikan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keunikan berdasarkan atribut dan kepuasan konsumen Pisang Cavendish, diantaranya:

1. Seluruh mengakui bahwa harga Pisang Cavendish di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo (Pedagang kecil Taman Pinang, Pedagang kecil Pondok Jati, Superindo Sidoarjo, Hero Sidoarjo, Transmart Sidoarjo, dan Hypermart Sidoarjo) dapat dijangkau oleh seluruh konsumen.
2. Pisang Cavendish yang dijual di 6 lokasi memiliki rasa yang manis, punel, lezat, dan lebih enak dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon.
3. Selain itu Pisang Cavendish juga memiliki warna kulit yang cerah dan bersih, serta memiliki kualitas kesegaran yang baik dan tahan lama. Namun untuk ukuran Pisang Cavendish beragam dan tidak semuanya besar sehingga membutuhkan beberapa buah untuk satu kali konsumsi agar kenyang.
4. Mayoritas konsumen yang membeli Pisang Cavendish di 6 lokasi sering membeli bahkan 3 kali dalam seminggu, hal ini mendakan bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen sehingga melakukan pembelian berulang.
5. Mayoritas konsumen juga merasakan bahwa tubuhnya menjadi lebih berenergi, pencernaannya lebih lancar, tekanan darahnya menjadi lebih normal karena sering mengkonsumsi Pisang Cavendish. Namun sayangnya tidak semua konsumen memahami bahwa Pisang Cavendish berasal dari Petani Lokal bukan hasil import.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan

Penelitian dengan prosedur wawancara, kuesioner, dan observasi membentuk simpulan berikut:

1. Penjelasan konsumen Pisang Cavendish di Sidoarjo tentang atribut yang dimiliki oleh pisang tersebut menunjukkan mayoritas konsumen memberikan jawaban-jawaban yang positif pada atribut-atribut Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat untuk meletakkan pisang.
2. Konsumen yang membeli Pisang Cavendish di 6 lokasi pedagang atau supermarket di Sidoarjo memang merasa nyaman dan puas mengonsumsi Pisang Cavendish, tetapi hanya 61,6 persen konsumen mengetahui bahwa Pisang Cavendish merupakan hasil produksi petani lokal.
3. Seluruh konsumen menjawab “YA” merasa puas dengan mengonsumsi Pisang Cavendish sehingga dapat dikatakan bahwa atribut yang dimiliki Pisang Cavendish baik dari segi harga, rasa, kualitas, hingga kebersihan tempat mampu mempengaruhi kepuasan konsumen di Sidoarjo.

6.2. Saran

Pedagang atau supermarket pada 6 lokasi di Sidoarjo sebaiknya memberikan info lebih banyak tentang kandungan Pisang Cavendish dan manfaatnya, selain itu juga

menginformasikan bahwa Pisang Cavendish merupakan hasil produksi petani lokal sehingga dapat meningkatkan pandangan konsumen tentang kualitas produk lokal yang tidak kalah dengan import.

DAFTAR PUSTAKA

- Economy Okezone. (2017). *Dari 127 Komoditas Perkebunan, Baru 15 Sumbang PDB* (Diakses 19 Mei 2022). <https://economy.okezone.com/read/2017/>
- Indrawati, C.D. dan Paulus, A.L. (2021). Rancang Model Rantai Pasok Tepung Pisang sebagai Upaya Meningkatkan Nilai Tambah Komoditas Pisang di Kota Madiun. *Scientific Jurnal Widya Teknik*, 20(1), 33-38.
- Kompas. (2021). *10 Negara Penghasil Pisang Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor 3*. (Diakses 19 Mei 2022). <https://www.kompas.com/tren/read/2021/11/20/191949565/10-negara-penghasil-pisang-terbesar-di-dunia-indonesia-nomor-3?page=all>
- RRI (2021). *Lima Negara Ini Impor Pisang Cavendish Indonesia*. (Diakses 21 Mei 2022). <https://rri.co.id/ekonomi/1015440/lima-negara-ini-impor-pisang-cavendish-indonesia>
- Sadimantara, G.R. dan Leomo, S. (2020). Peningkatan Kapasitas Usaha pada PKM Usaha Olahan Pisang di Kabupaten Bombana. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 1(1), 22-27
- Saputro, K.D. dan Mustika, M.D.S. (2015). Volume Ekspor Komoditas Pisang Indonesia Periode 1989–2013 dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *E-Jurnal EP Unud*, 4(8), 951-978.
- Soesanto, L. dan Rahayuniati, R.F. (2009). Pengimbasan Ketahanan Bibit Pisang Ambon Kuning terhadap Penyakit Layu Fusarium dengan Beberapa Jamur Antagonis. *JHPT Tropica*, 9 (2), 130 – 140.
- Sugiarti, Y. (2014). Perancangan Sistem Informasi Agribisnis E-commerce Buah Pisang. *Jurnal Agribisnis*, 8(1), 71 - 82
- Sulistyowarni, I., Sundari S., dan Halim S. (2020). Potensi Komoditi Perdagangan Pisang dalam Rangka Memenuhi Permintaan dan Mendukung Ketahanan Pangan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Pertahanan (Studi di Kabupaten Bogor). *Jurnal Pertahanan dan bela Negara*, 10 (3), 317 – 342
- TaniHub (2021). ³ *Mengulas Tentang Pisang Cavendish dan Manfaatnya untuk Tubuh Agar Lebih Sehat*. (Diakses 19 Mei 2022). <https://tanihub.com/blog/mengulas-tentang-pisang-cavendish/>

Wikipedia (2021). Kabupaten Sidoarjo. (Diakses 12 Juli 2022).
https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Sidoarjo#EkonomiWiki

pedia (2021). *Pisang Cavendish*. (Diakses 21 Mei 2022).
https://id.wikipedia.org/wiki/Pisang_cavendish

LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN ANALISIS ATRIBUT DALAM MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PISANG CAVENDISH (Studi Kasus di Kabupaten Sidoarjo)

PETUNJUK PENGISIAN

Mohon berikan tanda Check List () pada kolom yang dianggap paling sesuai dengan pendapat Anda.

BOBOT / SKOR JAWABAN

Ya = 1

Tidak = 0

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 17 – 25 tahun 26 – 35 tahun
 > 35 tahun

Tingkat Pendidikan : SMA D3/D4/S1 S2

Pekerjaan : Pegawai Swasta Wiraswasta
 ASN / Polri / TNI Pelajar / Mahasiswa
 Tidak bekerja

Penghasilan : [] < 2.000.000 [] 2.000.000 – 4.000.000
[] > 4.000.000


Atribut			
No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen?		
2	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya?		
3	Apakah harga Pisang Cavendish lebih mahal dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon karena memiliki kualitas yang berbeda?		
4	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang manis?		
5	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang punel dan lezat?		
6	Apakah Pisang Cavendish memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Ambon?		
7	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki kesegaran yang tahan lama?		
8	Apakah Pisang Cavendish disini memiliki kualitas kesegaran yang baik?		
9	Apakah Pisang Cavendish memiliki ukuran yang besar?		
10	Apakah Pisang Cavendish memiliki porsi ukuran yang cukup dalam satu kali konsumsi?		
11	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki bentuk yang indah?		
12	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki bentuk yang rapi?		
13	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki warna kulit yang cantik?		
14	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki warna kulit yang cerah?		
15	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini memiliki kebersihan kulit yang sangat baik?		
16	Apakah Pisang Cavendish di tempat ini diletakkan pada tempat yang bersih untuk menjaga kualitasnya		




Kepuasan Konsumen			
No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Apakah Anda membeli Pisang Cavendish untuk konsumsi pribadi?		
2	Apakah Anda sering membeli Pisang Cavendish?		
3	Apakah Anda mengonsumsi Pisang Cavendish lebih dari 3 kali dalam satu bulan?		
4	Apakah Anda merasa lebih berenergi setelah mengonsumsi Pisang Cavendish?		
5	Apakah pencernaan Anda lebih lancar dan sehat setelah mengonsumsi Pisang Cavendish?		
6	Apakah jantung Anda lebih sehat ketika mengonsumsi Pisang Cavendish?		
7	Apakah tekanan darah Anda normal saat mengonsumsi Pisang Cavendish?		
8	Apakah Anda merasa lebih tenang setelah mengonsumsi Pisang Cavendish?		
9	Apakah Anda mengetahui Pisang Cavendish memiliki banyak kandungan kalsium, potassium, vitamin, dan mineral lainnya?		
10	Apakah Anda mengetahui Pisang Cavendish ini berasal dari petani lokal?		
11	Apakah Anda nyaman berbelanja Pisang Cavendhis di sini?		
12	Apakah Anda merasa puas membeli dan mengonsumsi Pisang Cavendhis?		




PERTANYAAN TAMBAHAN WAWANCARA UNTUK 5 ORANG (dengan rekaman suara dan foto dokumentasi):

1. Mengapa memilih membeli buah Pisang Cavendish dibandingkan dengan buah lainnya yang ada di Pedagang / Supermarket disini?
2. Sudah berapa lama mengkonsumsi Pisang Cavendish? Apakah selalu merasakan kepuasan dengan mengkonsumsinya?
3. Apakah Anda mengetahui kalau buah Pisang Cavendish adalah hasil tanaman produksi lokal yang disebut dengan Pisang Ambon Putih?
4. Apa yang menyebabkan Anda lebih memilih Pisang Cavendish dibandingkan pisang lokal pada umumnya seperti Pisang Kepok, Pisang Raja, atau Pisang Susu?

No	Nama Narasumber	Lokasi Penelitian	Foto
1	Tasya	Hero Sidoarjo	
2	Ekwanto	Hero Sidoarjo	
3	Selvia	Hypermart Sidoarjo	

4	Anggara	Hypermart Sidoarjo	
5	Alim	Superindo Sidoarjo	
6	Anggi	Superindo Sidoarjo	

7	Dea	Transmart Sidoarjo	
8	Aan	Transmart Sidoarjo	
9	Ardi	Pedagang Kaki Lima Pondok Jati	

10	Suci	Pedagang Kaki Lima Pondok Jati	
11	Amel	Pedagang Kaki Lima Taman Pinang	
12	Danang	Pedagang Kaki Lima Taman Pinang	

Tesis Prama

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.scribd.com

Internet Source

6%

2

id.wikipedia.org

Internet Source

6%

3

tanihub.com

Internet Source

5%

4

repository.ub.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes On

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%