

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DARI  
BAURAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN PISANG (STUDI  
KASUS PADA USAHA BANANATOR DI KOTA PADANG)**

**SKRIPSI**

**OLEH**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

# ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DARI BAURAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN PISANG (STUDI KASUS PADA USAHA BANANATOR DI KOTA PADANG)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen Bananator di Kota Padang dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen produk olahan pisang pada Bananator di Kota Padang. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non-probability sampling* dengan cara *Accidental Sampling*, dengan jumlah sampel 100 orang konsumen Bananator. Sedangkan metode analisis data yang diterapkan yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Bananator dapat dilihat dari nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 81,31 persen dan berada dalam kriteria sangat puas. Sedangkan hasil *Importance Performance Analysis (IPA)* menjelaskan bahwa atribut yang berada pada kuadran I atribut yaitu ketersediaan produk, keterjangkauan harga, dan ketersediaan tempat parkir. Kuadran II yaitu varian produk, cita rasa produk, bentuk produk, tekstur produk, kemasan produk, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk, lokasi penjualan strategis, kemudahan akses transportasi, pelayanan di outlet penjualan. Kuadran III yaitu daya tahan produk, perbandingan harga dengan produk pesaing, promosi menggunakan poster. Kuadran IV yaitu promosi di media sosial dan pemberian *voucher* pada setiap pembelian.

*Kata kunci: Bauran Pemasaran, Karakteristik Konsumen, Kepuasan Konsumen*

# **ANALYSIS OF THE LEVEL OF CONSUMER SATISFACTION FROM THE MARKETING MIX OF PROCESSED BANANA PRODUCTS (CASE STUDY ON BANANATOR BUSINESS IN PADANG CITY)**

## ***Abstract***

*This study aims to describe the characteristics of Bananator consumers in Padang City and analyze the consumer satisfaction level of processed banana products at Bananator in Padang City. The sampling method used is a non-probability sampling technique by accidental sampling, with a total sample of 100 Bananator consumers. The data analysis method applied is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that Bananator's consumer satisfaction level can be seen from the Customer Satisfaction Index (CSI) value of 81.31 percent and is in the criteria of very satisfied. Meanwhile, the results of the Importance Performance Analysis (IPA) revealed that the attributes in quadrant I are product availability, price affordability, and parking space availability. Quadrant II, namely product variants, product taste, product shape, product texture, product packaging, price compatibility with benefits, price compatibility with product quality, strategic sales locations, ease of access to transportation, and service at sales outlets. Quadrant III, namely product durability, price comparison with competing products, and promotion using posters. Quadrant IV, namely promotion on social media and giving vouchers for every purchase.*

*Keywords: Marketing Mix, Consumer Characteristics, Consumer Satisfaction*

