

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KIPANG H. ANAS DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Oleh

DZUHRI ILLAHIA NASREZA
NIM. 2110221017

Pembimbing I : Dr. Widya Fitriana, S.P., M.Si

Pembimbing II : Dr. Afrianingsih Putri, S.P., M.Si



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

Analisis Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kipang H. Anas di Kota Padang

ABSTRAK

Salah satu UMKM yang memproduksi kue tradisional kipang di Kota Padang adalah Usaha Kipang H. Anas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen kipang serta menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Kipang H. Anas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik *accidental sampling* kepada 60 responden yang datang langsung ke *outlet*. Metode analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian karakteristik konsumen secara demografis menunjukkan bahwa konsumen didominasi perempuan berusia lebih dari 35 tahun, sudah menikah, bekerja sebagai pegawai, memiliki jumlah anggota keluarga lebih dari empat orang, berpendidikan S1, berpendapatan lebih dari tiga juta per bulan, dan berdomisili di Kota Padang. Karakteristik secara aspek konsumen, pembelian dilakukan satu kali sebulan sebanyak 2–5 bungkus per transaksi, kunjungan pada hari kerja maupun libur dengan waktu dominan pada sore hari, telah mengonsumsi kipang lebih dari satu tahun, mengenal produk ini dari keluarga atau kerabat dengan alasan utama pembelian adalah rasa yang enak dan sesuai selera. Tingkat kepuasan berdasarkan analisis CSI berada pada kategori sangat puas dengan nilai sebesar 84,84%, sedangkan analisis IPA menunjukkan bahwa atribut yang perlu ditingkatkan adalah kemasan produk dan lokasi outlet. Pada kemasan disarankan untuk memperbaiki desain serta mencantumkan informasi penting, seperti kode produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, dan isian produk agar memberi kemudahan bagi konsumen. Selain itu, pada lokasi usaha perlu dipastikan bahwa titik koordinat *outlet* sesuai dengan pencarian di aplikasi Google Maps agar konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha.

Kata Kunci : Karakteristik Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kipang

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION OF KIPANG H. ANAS BUSINESS IN PADANG CITY

ABSTRACT

One of the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) producing the traditional snack kipang in Padang City is Kipang H. Anas. This study aims to describe consumer characteristics of kipang H. Anas and to analyze their satisfaction level. The research method used was a survey with an accidental sampling technique, involving 60 respondents who visited the outlet. The analytical methods used were the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA). The result shows that consumer characteristics are dominantly by women over the age of 35, married, working as employees, with more than four family members, holding bachelor's degree, earning more than three million rupiahs per month, and residing in Padang City. In terms of consumer aspects, purchases were made once a month with 2–5 packs per transaction. Consumers buy the products on weekdays and holidays. They mostly do shopping kipang in the afternoon. Consumers have been consuming kipang for more than one year. They were introduced to the product by family or relatives. The main reason for purchasing kipang was because its delicious taste that matches their preferences. Based on CSI analysis, the satisfaction level reached the very satisfied category with a score of 84.84%. Meanwhile, the IPA analysis indicated that attributes need improvement are product packaging and outlet location. For packaging, it is recommended to re-design by including detail information of production code, expired date, ingredient composition, and product contents. Furthermore, the business location should ensure that the outlet coordinates match on Google Maps, making it easier for consumers to find the location.

Keywords : *Consumer Characteristics, Consumer Satisfaction, Kipang*

