

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT KESUKAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK JAHE MERAH “*HERBALIST*” (Studi Pada Pabrik Herbal Haji Mena Lampung Selatan)

Oleh

MUHAMAD SEPTIADI

Perusahaan Herbal Haji Mena Lampung Selatan adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang minuman fungsional. Munculnya perusahaan lain yang bergerak di bidang industri sejenis akan mempengaruhi pemasaran produk Jahe Merah “*Herbalist*” Haji Mena Lampung Selatan. Oleh karena itu untuk memenangkan persaingan tersebut perusahaan perlu menerapkan kegiatan pemasaran dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan dan kepuasan konsumen terhadap produk Jahe Merah “*Herbalist*” pada Pabrik Herbal Haji Mena Lampung Selatan.

Penelitian ini meliputi 2 bagian yaitu bagian pertama adalah uji organoleptik untuk mengukur tingkat kesukaan konsumen Jahe Merah “*Herbalist*” dan bagian kedua adalah survei lapangan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen Jahe Merah “*Herbalist*” di Bandar Lampung. Untuk uji kesukaan digunakan uji hedonik dengan menggunakan panelis sebanyak 60 orang. Data yang diperoleh dianalisis dengan sidik ragam untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara perlakuan. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji Duncan (*Multiple Range Test*) pada taraf 5%. Sedangkan Uji kepuasan konsumen dilakukan dengan metode

survei. Kemudian data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan empat alat terdiri dari analisis kesenjangan, *importance performance analysis*, analisis indeks kepuasan konsumen, dan analisis multi atribut model angka ideal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan komposisi bahan penyusun minuman instan berbasis jahe merah memberikan pengaruh berbeda nyata terhadap nilai kesukaan aroma, warna, rasa, penampakan dan penerimaan keseluruhan minuman instan berbasis jahe merah. Hasil uji organoleptik, produk Jahe Merah “*Herbalist*” disukai oleh konsumen dengan skor penerimaan keseluruhan 3,40 kriteria netral. Hasil analisis kesenjangan menunjukkan prioritas atribut Jahe Merah “*Herbalist*” yang rendah adalah reputasi perusahaan, distribusi lancar, kebersihan produk, dan promosi yang menarik. Atribut yang memiliki derajat kepuasan adalah produk bermanfaat bagi kesehatan, kesegaran, harga terjangkau, dan jahe merah “*Herbalist*” diterima baik oleh konsumen. Hasil *Importance-Performance Analysis* atribut yang menjadi prioritas utama (kuadran A) untuk ditingkatkan kinerjanya adalah variabel distribusi dan mudah memperoleh Jahe Merah “*Herbalist*”, prioritas selanjutnya untuk ditingkatkan kepentingannya (kuadran C) adalah desain produk menarik, reputasi perusahaan, warna produk menarik, dan promosi menarik. Hasil analisis indeks kepuasan konsumen menunjukkan bahwa Jahe Merah “*Herbalist*” telah memberikan kepuasan pada pelanggan dengan nilai skala 25035 (pada skala puas). Hasil pengujian multi atribut model angka ideal menunjukkan nilai sikap konsumen rata-rata adalah 2,834 yang berarti lebih mendekati angka nol sebagai angka ideal yang dibandingkan dengan angka non ideal, nilai maksimum rata-rata adalah 19,00. Berarti atribut Jahe Merah “*Herbalist*” telah mampu memenuhi harapan konsumen.

Kata Kunci : tingkat kesukaan, kepuasan konsumen, Jahe Merah “*Herbalist*”