

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK OLAHAN IKAN UKM GEMILANG MAJU JAYA DESA MANTUIL KABUPATEN TABALONG

Siti Hidayani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari

Email: hidanugraha69893@gmail.com

## ABSTRAK

Kepuasan konsumen perlu diketahui untuk bisa menentukan langkah pengembangan produksi pada produk selanjutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian produk olahan ikan yang ada di Gemilang Maju Jaya, dan mengetahui bagaimana kualitas produk yang ada di Gemilang Maju Jaya. Metode yang digunakan dalam analisis data hasil yang diperoleh ialah bersifat deskriptif kualitatif. Tingkat kepuasan tadi terbagi menjadi 5 kategori, yaitu dari kategori **produk** rata-rata nilainya ialah 3,70 (Setuju), dari kategori **lokasi** rata-rata nilainya 3,64 (Setuju), dari kategori **harga** rata-rata nilainya 2,6 (Netral), dari kategori **pelayanan** rata-rata nilainya 3,46 (Netral), dan dari kategori **keputusan pembelian** rata-rata nilainya 4,22 (Setuju). Dari hasil yang diperoleh, oleh karena itu diharapkan agar perusahaan dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggan, sehingga para pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia (loyal), maka sebaiknya Gemilang Maju Jaya Desa Mantuil Kabupaten Tabalong agar tetap harus mempertahankan kualitas pelayanan.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen, Deskriptif Kualitatif, UKM

## ABSTRACT

*Consumer satisfaction needs to be known to be able to determine the pace of production development in the next product. This study aims to find out how the level of customer satisfaction with the purchase of processed fish products in Gemilang Maju Jaya, and find out how the quality of the products in Gemilang Maju Jaya. The method used in data analysis results obtained is descriptive qualitative. The satisfaction level is divided into 5 categories, namely from the average product category the value is 3.70 (Agree), from the location category the average value is 3.64 (Agree), from the average price category the value is 2.6 (Neutral), from the average service category the value is 3.46 (Neutral), and from the average purchasing decision category the value is 4.22 (Agree). From the results obtained, it is therefore expected that the company can provide a high level of satisfaction to customers, so that customers will be loyal customers, and it should be Gemilang Maju Jaya Mantuil Village, Tabalong Regency and they still have to maintain service quality.*

*Keywords:* Consumer Satisfaction, Qualitative Descriptive, UKM

## **PENDAHULUAN**

Produk olahan ikan sudah tidaklah asing bagi sebagian orang. Dunia kuliner kini semakin berkembang mengikuti zaman yang semakin modern ini. Adapun dari segi gizi, ikan tentu memiliki kandungan yang lebih baik daripada hanya sekedar cemilan biasanya. Selain itu bahan utama yakni ikan, dapat kita temukan dan mudah pula pengembangbiakannya. Kemudian, UKM Gemilang Maju Jaya yang membawa *brand* bernama “Gugah Selera” menyediakan berbagai varian bentuk olahan ikan yang dikemas berbagai bentuk agar menarik konsumen agar tertarik untuk melakukan pembelian.

Pertumbuhan penduduk yang meningkat menyebabkan segala akan kebutuhan makanan juga mengalami peningkatan yang signifikan, hanya saja kemudian apakah suatu produk dapat memuaskan pelanggan? Maka dari itu kepuasan konsumen merupakan evaluasi spesifik terhadap penyedia produk dan pelayanan, sehingga kepuasan konsumen adalah fokus utama bagi si penyedia produk. Kepuasan konsumen dibidang produk dan pelayanan menjadi suatu keharusan agar usaha yang dijalankan tetap sukses. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu usaha. Salah satu cara membedakan tempat usaha dengan pesaing lainnya adalah memberikan suatu produk dan pelayanan dengan kualitas yang tentunya lebih tinggi dari pesaing lainnya secara konsisten.

Kegiatan pembelian terhadap suatu produk diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen atau pelanggannya. Karena jika perusahaan dapat mengukur seberapa besar tingkat kepuasan yang diperoleh dari produk yang dijualnya, maka akan dapat mempengaruhi banyaknya persediaan yang harus disediakan oleh para pelaku usaha. Permasalahannya adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian produk olahan ikan UMKM Gemilang Maju Jaya di Tabalong? Apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak? Karena apabila tidak sesuai tentu ada yang salah dalam kegiatan penjualan. Sedangkan dalam kegiatan penjualan tidak hanya berkisar tentang bagaimana produk bisa sampai kepada konsumen dengan baik dan layak akan tetapi juga dilihat pada aspek pelayanan dari pihak produsen.

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan diatas, maka penelitian ini dapat dikatakan bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian produk ikan olahan yang ada di Gemilang Maju Jaya Desa Mantuil, RT 04 Kecamatan Muara Harus Kabupaten Tabalong. Hal ini tentu saja diperuntukkan agar kegiatan produksi dapat disesuaikan dengan berapa banyak permintaan konsumen, yang dapat diketahui dari berapa banyak nilai kepuasan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, tentu saja manfaat apa yang diperoleh dari penyusunan penelitian ini. Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu manajemen sumber daya manusia. Manfaat pertama ditujukan bagi perusahaan itu sendiri yang dalam hal ini atas nama UKM Gemilang Maju Jaya. Manfaat yang kedua ditujukan bagi peneliti, yang mana dari penelitian ini peneliti mendapatkan ilmu dan pengalaman baru. Dan yang terakhir tentunya manfaatnya dapat diperoleh oleh para pembaca penelitian ini.

## **METODE**

Metode penelitian adalah salah satu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, dan mencatat data, baik berupa primer maupun sekunder yang digunakan untuk memperoleh yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif kualitatif, artinya data-data yang dijadikan rujukan penelitian ini adalah fakta di lapangan yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain-lain yang disebutkan, hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada industri rumahan Gemilang Maju Jaya yang beralamat di Mantuil RT. 04 Kec. Muara Harus Kab. Tabalong.

Untuk mengetahui hasil dari penelitian yang dilakukan, tentunya diperlukan sumber data yang sesuai dengan tema penelitian. Adapun sumber data yang didapatkan oleh peneliti ialah terbagi menjadi sumber data dari penelitian pustaka dan penelitian lapangan. Data yang diperoleh dengan hasil studi ke perpustakaan yaitu dengan teknik pengumpulan data-data dengan mengacu pada buku-buku, laporan penelitian dan pendapat para ahli yang di anggap mempunyai hubungan dengan dengan penelitian ini, yang dapat dijadikan sumber data. Sedangkan untuk penelitian lapangan dalam penelitian ini, metode pengambilan data yang digunakan adalah metode primer yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari Industri Rumahan Gemilang Maju Jaya secara

langsung yang bersangkutan dengan permasalahan manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan yang kemudian di analisis.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Supaya dapat mempermudah penelitian dan pengumpulan data, maka penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang uraikan dalam beberapa hasil tabel seperti yang tertera dibawah ini;

Tabel 1. Data Analisis Produk

No.	Total	F	Kategori Skor										Total	Rata-rata
		Total	SS		S		N		TS		STS			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X.1	30	8	26,6	7	23,3	9	30	3	10	1	3,3	104	3,5
2	X.2	30	10	33,3	8	26,6	7	23,3	2	6,67	3	10	110	3,7
3	X.3	30	9	30	10	33,3	8	26,6	2	6,67	1	3,3	114	3,8
4	X.4	30	11	36,6	8	26,6	7	23,3	3	10	1	3,3	115	3,83
5	X.5	30	12	40	8	26,6	6	20	2	6,67	2	6,67	116	3,9
Skor Min dan Max Jawaban											3,5 s/d 3,9			
Total Rata-rata Skor											18,73			
Rata-rata Variabel Motivasi											3,70			

Sumber : Hasil penelitian kuesioner, tahun 2019

Untuk item pertanyaan pertama, tentang variasi produk yang ada di Gemilang Maju Jaya. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang responden (27%) menjawab sangat setuju, 7 orang responden (23%) menjawab setuju, 9 orang responden (30%) menjawab netral, 3 orang responden (10%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (3,3%) menjawab sangat tidak setuju tentang variasi produk yang ada di Gemilang Maju Jaya. Dalam hal ini dapat dikatakan responden setuju dengan variasi produk yang ada di Gemilang Maju Jaya, variasi produk dalam hal ini adalah agar dapat menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian serta variasi produk adalah bagian terpenting dalam kepuasan konsumen untuk meningkatkan penjualan serta merupakan salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan juga agar konsumen tidak lari kepada merek lain.

Untuk item pertanyaan kedua, bentuk pertanyaan mengenai rasa yang ada di Gemilang Maju Jaya. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 10 orang responden (33%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, 7 orang responden (23%) menjawab netral, 2 orang responden (7%) menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden (10%) menjawab sangat tidak setuju tentang rasa produk yang ada di Gemilang Maju Jaya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan citarasa produk yang enak, karena citarasa memiliki pengaruh yang paling besar manfaatnya bagi konsumen untuk membeli sebuah produk yang di produksi oleh Gemilang Maju Jaya. dalam hal ini citarasa adalah bagian yang sangat penting bagi kepuasan konsumen karna dapat mempengaruhi konsumen untuk terus membeli produk yang disediakan di Gemilang Maju Jaya.

Untuk item pertanyaan ketiga, bentuk pertanyaan mengenai apakah produk yang ada di Gemilang Maju Jaya bisa untuk dijadikan oleh-oleh. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa 9 orang responden (30%) menjawab sangat setuju, 10 orang responden (33%) menjawab setuju, 8 orang responden (27%) menjawab netral, 2 orang responden (7%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (3%) menjawab sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan produk yang dapat dijadikan oleh-oleh, dan itu bisa dilihat dengan banyaknya responden yang memilih setuju dan sangat setuju, dalam hal ini konsumen sangat tertarik terhadap produk yang ada di Gemilang Maju Jaya untuk dijadikan mereka sebagai salah satu oleh-oleh yang dapat mereka beli untuk dibawa pulang.

Untuk item pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 11 orang responden (37%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, 7 orang responden (23%) menjawab netral, 3 orang responden (10%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (3%) menjawab sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden sangat setuju terhadap produk Gemilang Maju Jaya sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh produsen, melakukan promosi ke konsumen adalah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi terget konsumen untuk akhirnya membeli produk. Promosi sangat penting untuk dilakukan agar calon konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Untuk item pertanyaan kelima menunjukkan bahwa 12 orang responden (40%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (26%) menjawab setuju, 6 orang responden (20%) menjawab netral, 2 orang responden (7%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden (7%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dalam hal ini menunjukkan responden sangat setuju terhadap produk yang ada di Gemilang Maju Jaya bisa disimpan dengan waktu yang lama. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan yang sangat krusial bagi seorang

pembeli, kualitas suatu produk dianggap penting dan patut dipertimbangkan seorang konsumen saat membeli produk karena mempengaruhi fungsi dan nilai dari produk tersebut.

Tabel 2. Data hasil analisis berdasarkan lokasi

	Total	F		Kategori Skor								Total	Rata-rata	
		Total	SS		S		N		TS		STS			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F			%
1	X2.1	30	13	43,3	8	26,6	9	30	0	0	0	0	124	4,1
2	X2.2	30	15	50	8	26,6	7	23,3	0	0	0	0	128	4,3
3	X2.3	30	10	33,3	13	43,3	7	23,3	0	0	0	0	123	4,2
4	X2.4	30	13	43,3	8	26,6	9	30	0	0	0	0	124	4,1
5	X2.5	30	0	0	0	0	0	0	15	50	15	50	45	1,5
Skor Min dan Max Jawaban											1,5 s/d 4,3			
Total Rata-rata Skor											18,2			
Rata-rata Variabel Motivasi											3,64			

Sumber : Hasil Penelitian Kuesioner, tahun 2019

Untuk item pertanyaan pertama menunjukkan bahwa 13 orang responden (43%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, dan 9 orang responden (30%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan transaksi pembelian yang dilakukan di Gemilang Maju Jaya relatif mudah, pada era globalisasi saat ini semakin banyak kemudahan yang dapat dilakukan dalam bertransaksi sebagai salah satu contoh yaitu internet banking yang saat ini banyak sekali digunakan untuk bertransaksi demi kemudahan dalam melakukan transaksi.

Untuk item pertanyaan kedua menunjukkan bahwa 15 orang responden (50%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, 7 orang responden (23%) menjawab netral, dan sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan akses jalan menuju lokasi Gemilang Maju Jaya sangat mudah dijangkau, dan lokasi yang sangat strategis karena akses lokasi juga termasuk salah satu pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Untuk item pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa 10 orang responden (33%) menjawab sangat setuju, 13 orang responden (43%) menjawab setuju, dan 7 orang responden (24%) menjawab netral, dan sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan akses parkir Gemilang Maju Jaya yang luas dan cukup aman untuk konsumen dalam meninggalkan kendaraanya ketika sedang berbelanja di Gemilang Maju Jaya.

Untuk item pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 13 orang responden (43%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, dan 9 orang responden (30%) menjawab netral, dan sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju apabila Gemilang Maju Jaya memiliki cabang di tempat lain, karena melihat dari banyaknya peminat terhadap produk yang di produksi Gemilang Maju Jaya maka itu bisa menjadi peluang yang sangat besar untuk membuat cabang di tempat lain.

Untuk item pertanyaan kelima menunjukkan bahwa 15 orang responden (50%) menjawab tidak setuju, dan 15 orang responden (50%) menjawab sangat tidak setuju, dengan pertanyaan mengenai tempat Gemilang Maju Jaya yang sangat kotor dan berantakan, karena kondisi yang sebenarnya di Gemilang Maju Jaya sangat bersih dan tertata rapi.

Tabel 3. Data hasil analisis berdasarkan harga

No.	Total	F		Kategori Skor								Total	Rata-rata	
		Total	SS		S		N		TS		STS			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F			%
1	X3.1	30	15	50	7	23,3	8	26,6	0	0	0	0	127	4,2
2	X3.2	30	14	46,6	8	26,6	8	26,6	0	0	0	0	126	4,2
3	X3.3	30	0	0	0	0	3	10	15	50	12	40	51	1,7
4	X3.4	30	0	0	0	0	2	6,67	13	43,3	15	50	47	1,6
5	X3.5	30	0	0	0	0	3	10	10	33,3	17	56,6	46	1,5
Skor Min dan Max Jawaban											1,5 s/d 4,2			
Total Rata-rata Skor											13,2			
Rata-rata Variabel Motivasi											2,6			

Sumber : Hasil Penelitian Kuesioner, tahun 2019

Untuk item pertanyaan pertama menunjukkan bahwa 15 orang responden (50%) menjawab sangat setuju, 7 orang responden (23%) menjawab setuju, dan 8 orang responden (27%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat setuju dengan harga yang ada di Gemilang Maju Jaya sangat terjangkau, harga dari suatu produk sendiri sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan koparasi produk atau barang sejenis.

Untuk item pertanyaan kedua menunjukkan bahwa 14 orang responden (47%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, dan 8 orang responden (26%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat setuju dengan kualitas yang ada di Gemilang Maju Jaya sesuai dengan kualitas barang yang ada, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "Total Quality Manajemen (TQM)". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai beli konsumen.

Untuk item pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa 3 orang responden (10%) menjawab netral, 15 orang responden (50%) menjawab tidak setuju, dan 12 orang responden (40%) menjawab sangat tidak setuju, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat setuju atau setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa harga produk yang ada di Gemilang Maju Jaya lebih mahal dibandingkan dengan yang lain, karena pada dasarnya harga yang ada di Gemilang Maju Jaya sudah sesuai dengan kualitas produk yang ada.

Untuk item pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 2 orang responden (7%) menjawab netral, 13 orang responden (43%) menjawab tidak setuju, dan 15 orang responden (50%) menjawab sangat tidak setuju, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat setuju atau setuju. Dalam demikian dalam hal ini disimpulkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa produk yang ada di gemilang maju jaya tidak sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen, karena selama ini konsumen selalu puas dengan produk yang ada di Gemilang Maju Jaya.

Untuk item pertanyaan kelima menunjukkan bahwa 3 orang responden (10%) menjawab netral, 10 orang responden (33%) menjawab tidak setuju, dan 17 orang responden (57%) menjawab sangat tidak setuju, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat setuju atau setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa produk yang ada di Gemilang Maju Jaya dinaikkan ketika musim liburan tiba, karena selama ini Gemilang Maju Jaya tidak pernah menaikkan harga produk yang mereka jual sekalipun liburan tiba.

Tabel 9. Data hasil analisis berdasarkan pelayanan

No.	Total	F Total	Kategori Skor										Total	Rata-rata
			SS		S		N		TS		STS			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X4.1	30	13	43,3	9	30	7	23,3	0	0	0	0	122	4,1
2	X4.2	30	14	46,6	8	26,6	8	26,6	0	0	0	0	126	4,2
3	X4.3	30	16	53,3	7	23,3	7	23,3	0	0	0	0	129	4,3
4	X4.4	30	0	0	0	0	3	10	13	43,3	14	46,5	49	1,6
5	X4.5	30	9	30	11	36,6	10	33,3	0	0	0	0	119	3,10
Skor Min dan Max Jawaban											1,6 s/d 4,3			
Total Rata-rata Skor											17,3			
Rata-rata Variabel Motivasi											3,46			

Sumber : Hasil Penelitian Kuesioner, tahun 2019

Untuk item pertanyaan pertama menunjukkan bahwa 13 orang responden (44%) menjawab sangat setuju, 9 orang responden (30%) menjawab setuju, dan 7 orang responden (23%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pelayanan yang ada di Gemilang Maju Jaya sangat memuaskan konsumen. Pelayanan prima yaitu melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan atau konsumen sehingga menimbulkan rasa yang puas. Secara umum tujuan dari pelayanan prima yaitu memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal

Untuk item pertanyaan kedua menunjukkan bahwa 14 orang responden (46%) menjawab sangat setuju, 8 orang responden (27%) menjawab setuju, dan 8 orang responden (27%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju

dengan pernyataan bahwa karyawan yang ada di Gemilang Maju Jaya peduli dan mengerti terhadap kebutuhan para pelanggan.

Untuk item pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa 16 orang responden (54%) menjawab sangat setuju, 7 orang responden (23%) menjawab setuju, dan 7 orang responden (23%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan karyawan yang harus mengetahui seluruh produk yang ada di Gemilang Maju Jaya agar memudahkan para konsumen itu sendiri dikala membutuhkan sesuatu.

Untuk item pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 3 orang responden (10%) menjawab netral, 13 orang responden (43%) menjawab tidak setuju, dan 14 orang responden (47%) menjawab sangat tidak setuju, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat setuju atau setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan yang mengatakan bahwa karyawan yang ada di Gemilang Maju Jaya lambat dalam menangani keluhan dari para konsumen, karena pada kenyataannya karyawan yang ada di Gemilang Maju Jaya selalu cepat dalam menanggapi apapun itu keluhan dari para konsumen.

Untuk item pertanyaan kelima menunjukkan bahwa 9 orang responden (30%) menjawab sangat setuju, 11 orang responden (37%) menjawab setuju, dan 10 orang responden (33%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan Gemilang Maju Jaya yang tidak memberikan jaminan uang kembali bila barang rusak ketik berada dirumah. Maka dari itu konsumen wajib mengecek kembali barang yang mereka beli ketika masih berada ditoko Gemilang Maju Jaya agar dapat ditukar kembali dengan barang yang masih bagus.

Tabel 10. Data hasil analisis berdasarkan keputusan pembelian

No.	Total	F	Kategori Skor								Total	Rata-rata		
		Total	SS		S		N		TS				STS	
			F	%	F	%	F	%	F	%			F	%
1	X5.1	30	13	43,3	12	40	5	16,6	0	0	0	0	128	4,3
2	X5.2	30	15	50	7	23,3	8	26,6	0	0	0	0	127	4,2
3	X5.3	30	13	43,2	10	33,3	7	23,3	0	0	0	0	126	4,2
4	X5.4	30	14	46,6	7	23,3	9	30	0	0	0	0	125	4,2
5	X5.5	30	13	43,3	9	30	8	26,6	0	0	0	0	125	4,2
Skor Min dan Max Jawaban											4,2 s/d 4,3			
Total Rata-rata Skor											21,1			
Rata-rata Variabel Motivasi											4,22			

Sumber : Hasil Penelitian Kuesioner, Tahun 2019

Untuk item pertanyaan pertama menunjukkan bahwa 13 orang responden (43,%) menjawab sangat setuju, 12 orang responden (40%) menjawab setuju, dan 5 orang responden (17,%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam demikian hal ini dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju dengan membeli produk yang ada di Gemilang Maju Jaya.

Untuk item pertanyaan kedua menunjukkan bahwa 15 orang responden (50,%) menjawab sangat setuju, 7 orang responden (25%) menjawab setuju, dan 8 orang responden (27,%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju sebelum membeli di Gemilang Maju Jaya pelanggan mencari informasi terlebih dahulu tempat-tempat yang menjual makanan ikan olahan agar bisa menjadi perbandingan bagi para konsumen untuk memutuskan melakukan keputusan pembelian prroduk-produk yang mereka inginkan.

Untuk item pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa 13 orang responden (43,%) menjawab sangat setuju, 10 orang responden (34%) menjawab setuju, dan 7 orang responden (23,%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen setuju bahwa mereka mantap membeli di Gemilang Maju Jaya karena menurut konsumen rasa yang ada di Gemilang Maju Jaya memiliki rasa yang enak, serta harga yang terjangkau, dan tempat yang bersih dan nyaman, dan itu menjadi alasan para konsumen mantap dan selalu berlangganan di Gemilang Maju Jaya.

Untuk item pertanyaan keempat menunjukkan bahwa 14 orang responden (47,%) menjawab sangat setuju, 7 orang responden (23%) menjawab setuju, dan 9 orang responden (30,%) menjawab netral, sedangkan tidak ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen setuju memberikan informasi kepada teman-teman ataupun sodara mereka untuk membeli makanan yang ada di Gemilang Maju Jaya, karena berdasarkan pengalaman mereka berbelanja mereka selalu puas dengan produk-produk yang ada, sehingga mereka akan merekomendasikan produk yang ada di Gemilang Maju Jaya kepada teman maupun sodara.

Untuk item pertanyaan kelima menunjukkan bahwa 13 orang responden (43,%) menjawab sangat setuju, 9 orang responden (30%) menjawab setuju, dan 8 orang responden (27,%) menjawab netral, sedangkan tidak

ada yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju untuk kembali membeli lagi produk-produk yang ada di Gemilang Maju Jaya.

Ada beberapa alasan mengenai mengapa konsumen selalu membeli produk yang kita jual yaitu adalah kebutuhan dasar, yang artinya pelanggan membutuhkan sebagai bahan pokoknya. Faktor harga menjadi faktor utama ketika pelanggan memilih suatu produk. Faktor inovasi karena inovasi kini menjadi sangat penting ditengah meningkatnya persaingan. Dan faktor nilai manfaat dari suatu produk itu sendiri, untuk itu tunjukkan nilai manfaat dari produk kita se jelas mungkin.

## PENUTUP

Setelah analisis data dan pembahasan tentang analisis kepuasan konsumen terhadap pembelian produk olahan ikan pada Gemilang Maju Jaya Desa Mantuil Kabupaten Tabalong, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian produk olahan ikan. Tingkat kepuasan tadi terbagi menjadi 5 kategori, yaitu dari kategori **produk** rata-rata nilainya ialah 3,70 (Setuju), dari kategori **lokasi** rata-rata nilainya 3,64 (Setuju), dari kategori **harga** rata-rata nilainya 2,6 (Netral), dari kategori **pelayanan** rata-rata nilainya 3,46 (Netral), dan dari kategori **keputusan pembelian** rata-rata nilainya 4,22 (Setuju).

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta DH dan Irawan, 1990: 165. *“Manajemen Pemasaran Materi”*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Danang, Sunyoto, (2013), *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: PT RefikaAditama Anggota Ikapi.
- Fandi Tjiptono, 1999:95. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono 1997:24 *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, (2004). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gaspers, Vincent, (2002), *Total Quality Management*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Komarudin, 2001:53, *Ensiklopedia Manajemen*, Edisi IX, Jakarta : Bumi Aksara.
- Handi Irawan, (2004), *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta:Erlangga.
- Handi Irawan, (2008), *Membedah strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama. Jakarta : Pradnya Paramitha, h. 45. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2004), *Dasarr-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Alex Sindoro, Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip. (2005), *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. PT Index, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016:61) , *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid I, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P,dan Armstrong, G, (2016:203) *Prinsip-prinsip Pemasaan*, Jilid I, Edisi 8 Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mowen, C. John. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.Oram, 2005:145, *“Informasi Akuntansi 1 Pembelian”*, Jakarta : PT,mBumi Aksara.
- Oliver, Sandra. 2007:31, *“Strategi Public Relations”*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler, 2005 *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT, Indeks, Jakarta.
- Supranto, (2001), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Penerbit Amara Books, Yogyakarta,9.
- Stanton, William J, 1996:95, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta:Erlangga.
- Wilkie, William L, (1994). *Costumer Behavior (third Edition)*. New York. John Wiley & Sons, Inc, s.