

**ANALISIS KUALITAS PRODUK KERAJINAN LIMBAH KAYU
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX DAN KANO MODEL
Studi Kasus UMKM Succes Creative Desa Donorejo**

Muhammad Nasta'in, Widya Setiafindari

Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Teknologi
Yogyakarta
mnastain26@gmail.com, widyasetia@uty.ac.id

Abstract

This study was carried out to analyze customer satisfaction level toward the product since complaints were frequently found after purchasing the products. This study applied Customer Satisfaction Index method and Kani Model to analyze comprehensively customer satisfaction level by observing attribute importances of a product and then categorizing them based on their capability to give satisfaction to the customers of UMKM Success Creative. This method was carried out to investigate the customer satisfaction level and offer quality betterment suggestion to the product characteristics. The result of Customer Satisfaction method showed the percentage of customer satisfaction i.e 75.36%. For it was between range $71% < X < 77%$, the product quality was considered cause for concern meaning the products were required for the quality betterment to reach customer satisfaction. The Kano Model calculation revealed the customer satisfaction rate was 0.393 which was smaller than the dissatisfaction rate i.e 0.405. Therefore, betterment for quality product was required to fulfill the customer satisfaction.

Keywords: product, quality, Customer, Satisfaction, Index

Abstrak

Penelitian pada UMKM Succes Creative ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan, penelitian ini dilakukan karena sering terdapat keluhan pelanggan terhadap produk yang telah dibelinya contohnya pada bulan desember 2019 terdapat 18 keluhan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan Kano Model yang merupakan metode digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat kepentingan atribut-atribut dari suatu produk, kemudian mengkategorikan atribut-atribut tersebut berdasarkan seberapa baik suatu produk mampu memuaskan kebutuhan pelanggan UMKM Succes Creative. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan memberi usulan perbaikan kualitas dari karakteristik produk yang dihasilkan UMKM Succes Creative. Hasil perhitungan menggunakan metode *Customer Satisfaction* didapatkan nilai prosentase kepuasan pembeli sebesar 75,36%. Hasil perhitungan tersebut terdapat diantara *range* $71% < X < 77%$, karena hasil perhitungan diantara *range* tersebut maka kualitas produk dikatakan *cause for concern* sehingga produk yang dihasilkan perlu dilakukan perbaikan untuk memenuhi kepuasan konsumen atau pembeli. Dari perhitungan Kano Model didapatkan angka kepuasan pembeli yaitu 0,393 yang lebih kecil dari angka ketidakpuasan terhadap produk yaitu 0,405. Perlu dilakukan perbaikan kualitas dari produk untuk memenuhi kepuasan dari konsumen. UMKM Succes Creative sebaiknya mengutamakan peningkatan kualitas karakteristik produk yang diinginkan konsumen diantaranya daya tahan atau keawetan produk, model produk, bahan baku produk, kerapian pengecatan atau warna produk, kemsan produk yang baik, bentuk produk yang rapi dan menarik, dan finishing atau hasil pengerjaan produk yang rapi.

Kata Kunci: kualitas, produk, Customer, Satisfaction, Index

PENDAHULUAN

Kualitas produk menjadi salah satu perhatian yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar dan perusahaan mampu senantiasa mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan guna memenuhi keinginan dari konsumen. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama dari konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Dengan memperhatikan kualitas produk maka tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal dapat terpenuhi sekaligus dapat memenuhi tuntutan konsumen akan produk yang berkualitas dengan harga kompetitif.

Karakteristik dari produk yang dihasilkan sebuah perusahaan akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berbagai aspek yang ada dalam perusahaan tersebut. UMKM Success Creative merupakan suatu badan usaha milik perorangan yang berjalan dari tahun 2016 hingga saat ini. Usaha yang dijalankan yaitu berbagai produk kerajinan terbuat dari berbagai limbah kayu dan barang-barang lainnya yang memiliki nilai seni dan dapat diolah lagi sehingga menjadi barang yang bernilai jual. Kepuasan pelanggan akan menentukan kualitas produk yang dihasilkan oleh pihak perusahaan terhadap kinerjanya dalam menghasilkan suatu produk. Keluhan pelanggan terhadap produk kerajinan kayu yang dihasilkan oleh UMKM Succes Creative menjadi latar belakang mendasar untuk menganalisis permasalahan kualitas hasil produk yang dipasarkan, dan mengetahui kriteria produk diinginkan oleh konsumen.

Hal tersebut dilakukan agar perusahaan mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap produk yang dihasilkan, maka kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Kemudian perusahaan memiliki citra dan produk yang baik dimata konsumen, karena apa bila tidak dilakukan analisis karakteristik

suatu produk yang diinginkan konsumen maka tingkat kepuasan pelanggan dikhawatirkan akan terus mengalami penurunan dan jumlah keluhan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan akan terus meningkat.

UMKM Succes Creative belum melakukan analisis mengenai karakteristik dan model produk kerajinan yang diinginkan oleh konsumen. Sering terjadi keluhan dari konsumen tentang produk yang diterimanya, contohnya pada bulan Desember terdapat keluhan mengenai produk kerajinan yang diterima oleh konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Keluhan Pelanggan Pada Bulan Desember.

Produk	Keluhan Pelanggan
Jam Kayu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin Jam Mati 2. Jarum Jam Copot 3. Cat Kurang Rapi 4. Angka Pada Jam Copot 5. Packing Rusak 6. Mesin Jam Tidak Awet
Kaligrafi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cat Rusak 2. Kemasan Rusak 3. Dudukan Kaligrafi Copot 4. Produk Patah Pada Saat Pengiriman 5. Ukuran Tidak Sesuai Pesanan
Gantungan Kunci	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ring Gantungan Kunci Copot 2. Pecah 3. Ring Gantungan Kunci Bengkok 4. Kurang Rapi 5. Desain Kurang Rapi

Sehingga UMKM Succes Creative harus mengganti produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan Sembiring, dkk. (2014) yang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", Wijoyo, dkk. (2014) tentang kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dan Devani, dkk. (2016) menganalisis pengaruh kualitas produk menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Potential Gain In Customer Value* yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan

pelanggan. Dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengevaluasi produk dari segi karakteristik dan kualitas produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan, penelitian ini dilakukan dengan mengajukan kuesioner pertanyaan tentang produk seperti apa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen UMKM Succes Creative, kemudian dijadikan bahan perbaikan dalam proses produksi selanjutnya.

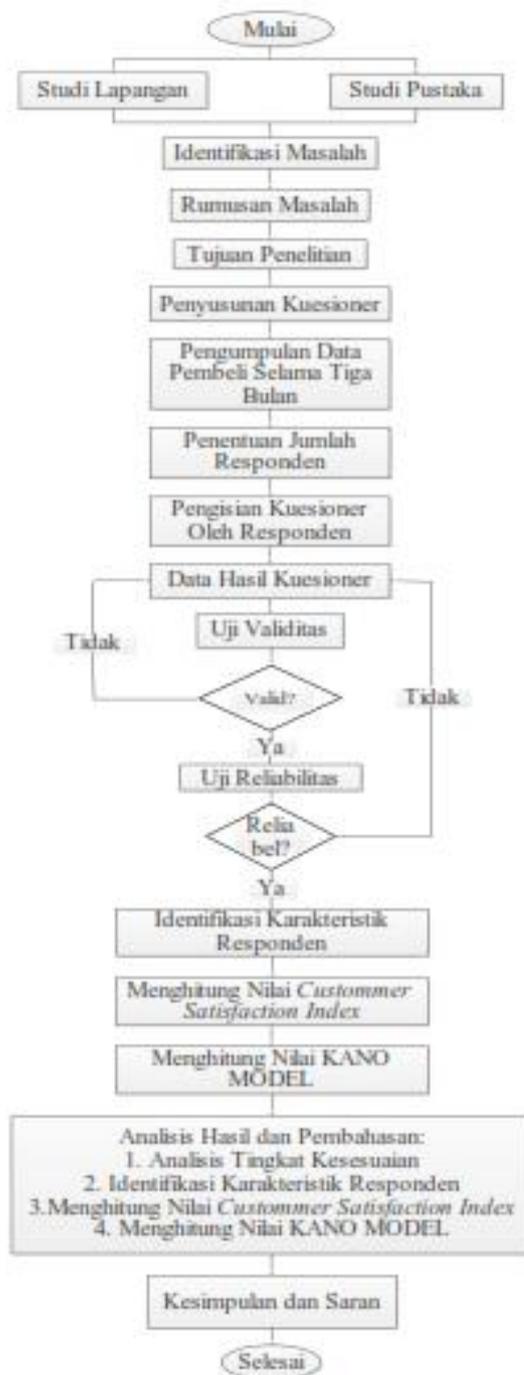
METODE PENELITIAN

Dalam penelitian Tugas Akhir ini dilakukan di UMKM Succes Creative desa Donorejo. Sedangkan obyek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk yang dihasilkan dari UMKM Succes Creative sebagai responden penelitian ini. Kuesioner digunakan sebagai alat bantu untuk memudahkan dalam pengambilan data tentang kualitas produk yang dihasilkan terhadap kepuasan konsumen UMKM Succes Creative.

Banyaknya pelanggan UMKM Succes Creative dapat menghambat survey secara keseluruhan karena keterbatasan waktu. Oleh karena itu dibutuhkan sampel yang dapat mewakili semua pelanggan UMKM Succes Creative. Cara menentukan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2007).

Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini akan ditunjukkan pada Gambar



Tabel 2. Jumlah Pembeli Kerajinan Succes Creative

Bulan	Kerajinan			Jumlah
	Gantungan kunci	Kaligrafi Kayu	Jam Kayu	
Desember	73	184	121	378
Januari	235	156	196	587
Februari	282	92	135	509
Jumlah	590	432	452	

(Sumber: UMKM Succes Creative, 2019)

Berdasarkan Tabel 2 diatas jumlah pembelian kerajinan terbanyak pada bulan Februari dengan jumlah pada kerajinan gantungan kunci sebanyak 282 produk terjual, produk kerajinan kayu kaligrafi terbanyak pada bulan Desember 184 produk terjual, dan jam kayu pada bulan Januari 196 pembeli, dengan jumlah total terbanyak penjualan produk pada setiap bulanya yaitu 587 dari ketiga produk diatas yang. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah responden menggunakan persamaan rumus (2.1) dengan jumlah sampel (N) 587 dengan *margin of error* 20% atau 0,2.

$$n = N/N(d)^2 + 1$$

$$n = \frac{587}{(587 (0,2^2) + 1)}$$

$$n = \frac{587}{24,48}$$

$$n = 21,93$$

Jadi jumlah responden yang digunakan untuk sampel pada penelitian ini adalah 22 responden.

a. Kuesioner Kualitas Produk

Preferensi pelanggan didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden dengan mengisi pernyataan-pernyataan yang telah disediakan berdasarkan tingkat kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen oleh UMKM Succes Creative. Dibawah ini merupakan hasil rekapitulasi kuesioner kualitas produk yang telah diberikan oleh pihak UMKM Succes Creative, ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi kuesioner Kualitas Produk

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
K1	3	12	7
K2	1	12	9
K3	4	7	11
K4	4	12	6
K5	3	14	5
K6	3	12	7
K7	5	11	6
K8	3	11	8

Tabel 4. Rekapitulasi kuesioner Kualitas Produk Gantungan Kunci

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
K1	4	14	4
K2	6	8	8
K3	4	11	7
K4	3	13	6
K5	5	7	10

Tabel 5. Rekapitulasi kuesioner Kualitas Produk Kaligrafi

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
K1	6	7	9
K2	7	7	8
K3	5	6	11
K4	5	7	10
K5	4	9	9
K6	3	7	12
K7	6	8	8

Keterangan:

K1-K8 = Kode atribut kualitas produk berdasarkan kenyataan menurut konsumen.

b. Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk

Preferensi pelanggan didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden dengan mengisi pernyataan-pernyataan yang telah disediakan berdasarkan tingkat kepentingan karakteristik produk yang diinginkan oleh responden. Preferensi konsumen tentang tingkat kepentingan karakteristik yang diinginkan konsumen, ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 6. Rekapitulasi Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Jam Kayu

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
TK-1	2	5	15
TK-2	3	5	14
TK-3	2	6	14
TK-4	1	4	17
TK-5	1	7	16
TK-6	3	8	11
TK-7	0	10	12
TK-8	2	7	13

Tabel 7. Rekapitulasi Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Gantungan Kunci

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
TK-1	2	7	13
TK-2	3	6	13
TK-3	4	4	14
TK-4	2	3	17
TK-5	1	7	14

Tabel 8. Rekapitulasi Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Kaligrafi

Kode Atribut	Nama Variabel		
	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
TK-1	4	9	9
TK-2	5	6	11
TK-3	1	10	11
TK-4	1	5	16
TK-5	2	7	13
TK-6	0	12	10
TK-7	0	11	11

Keterangan:

K1-K8 = Kode atribut kualitas produk berdasarkan tingkat kepentingan karakteristik produk.

UJI VALIDITAS

Data preferensi konsumen yang telah diisikan berdasarkan kuesioner tentang kualitas produk yang dihasilkan UMKM Succes Creative kemudian diuji validitasnya menggunakan *software SPSS 16.0 for Windows*. Hal ini dilakukan agar data atribut tingkat kualitas produk yang didapat dari responden benar-benar valid.

1. Uji Validitas Hasil Kuesioner Kenyataan

Berikut merupakan hasil keterangan uji validitas dari kuesioner yang diberikan terhadap pelanggan UMKM Succes Creative ditunjuk kan pada tabel berikut apakah valid atau tidak.

a. Menentukan nilai r-tabel

$$\begin{aligned}
 (df) &= n-2 \\
 &= 22-2 \\
 &= 20
 \end{aligned}$$

maka nilai r-tabel pada tingkat kepercayaan sebesar 5%, baris ke 20 didapatkan nilai r-tabel sebesar 0,4044.

b. Menentukan nilai r-hitung

$$\begin{aligned}
 K1 &= \frac{(N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y))}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}} \\
 &= \frac{(22(872) - (48)(388))}{\sqrt{(22)(9)(48)^2} \sqrt{(22)(4761) - (338)^2}} \\
 &= 0,6282 \text{ (dan seterusnya)}
 \end{aligned}$$

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Jam Kayu Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,6282	0.4044	VALID
K2	0,4772	0.4044	VALID
K3	0,5581	0.4044	VALID
K4	0,4554	0.4044	VALID
K5	0,5302	0.4044	VALID
K6	0,4554	0.4044	VALID
K7	0,7154	0.4044	VALID
K8	0,4503	0.4044	VALID

Dari rekapitulasi data berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kesioner untuk mengukur tingkat kualitas produk kerajinan jam kayu UMKM Succes Creative dinyatakan valid. Karena hasil uji validitas lebih besar dari nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Gantungan Kunci Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,5035	0.4044	VALID
K2	0,6725	0.4044	VALID
K3	0,4116	0.4044	VALID
K4	0,4570	0.4044	VALID
K5	0,6781	0.4044	VALID

Dari rekapitulasi data berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kesioner untuk mengukur tingkat kualitas produk gantungan kunci kayu UMKM Succes Creative dinyatakan valid. Karena hasil uji validitas lebih besar dari nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Kaligrafi Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,4338	0.4044	VALID
K2	0,6170	0.4044	VALID
K3	0,4642	0.4044	VALID
K4	0,7544	0.4044	VALID
K5	0,4668	0.4044	VALID
K6	0,4372	0.4044	VALID
K7	0,5347	0.4044	VALID

Dari rekapitulasi data berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner untuk mengukur tingkat kualitas produk kerajinan kaligrafi UMKM Succes Creative dinyatakan valid. Karena hasil uji validitas lebih besar dari nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044.

2. Uji Validitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan

Setelah dilakukan uji validitas kenyataan, selanjutnya akan dilakukan uji validitas harapan. Hal tersebut dilakukan agar data atribut tingkat kualitas produk benar-benar valid. Berikut hasil keterangan uji validitas harapan ditunjukkan pada tabel berikut.

a. Menentukan nilai r-hitung

$$TK-1 = \frac{(N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y))}{\sqrt{N\sum x^2(\sum x)^2} \sqrt{(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$= \frac{(22(1182) - (57)(448))}{\sqrt{(22)(4)(57)^2} \sqrt{(22)(1182) - (448)^2}}$$

$$= 0,50678 \text{ (dan seterusnya)}$$

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Kualitas Karakteristik Produk Jam Kayu

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
TK-1	0,50678	0.4044	VALID
TK-2	0,49322	0.4044	VALID
TK-3	0,58267	0.4044	VALID
TK-4	0,46649	0.4044	VALID
TK-5	0,67938	0.4044	VALID
TK-6	0,65708	0.4044	VALID
TK-7	0,48688	0.4044	VALID
TK-8	0,7786	0.4044	VALID

Dapat dilihat dari rekapitulasi pada tabel diatas semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner tingkat kepentingan kualitas karakteristik jam kayu dinyatakan valid

karena nilai uji validitas diatas nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Kualitas Karakteristik Produk Gantungan Kunci

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
TK-1	0,45661	0.4044	VALID
TK-2	0,47769	0.4044	VALID
TK-3	0,58028	0.4044	VALID
TK-4	0,47063	0.4044	VALID
TK-5	0,46005	0.4044	VALID

Dapat dilihat dari rekapitulasi pada tabel diatas semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner tingkat kepentingan kualitas karakteristik gantungan kunci dinyatakan valid karena nilai uji validitas diatas nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044.

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Kualitas Karakteristik Kaligrafi

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
TK-1	0,45427	0.4044	VALID
TK-2	0,41058	0.4044	VALID
TK-3	0,5227	0.4044	VALID
TK-4	0,45918	0.4044	VALID
TK-5	0,64432	0.4044	VALID
TK-6	0,4086	0.4044	VALID
TK-7	0,80648	0.4044	VALID

Dapat dilihat dari rekapitulasi pada tabel diatas semua atribut atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner tingkat kepentingan kualitas karakteristik kaligrafi dinyatakan valid karena nilai uji validitas diatas nilai tabel r yaitu sebesar 0,4044.

UJI RELIABILITAS

Tingkat reliabilitas suatu pengukur dapat digolongkan menjadi lima, berikut penggolongan tingkat reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 15. Tingkat Reliabilitas

Nilai	Keterangan
0 – 0,200	Kurang Reliabel
0,201 – 0,400	Agak Reliabel
0,401 – 0,600	Cukup Reliabel
0,601 – 0,800	Reliabel
0,801 – 1	Sangat Reliabel

1. Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach* hasil kuesioner berdasarkan kenyataan karakteristik produk menurut konsumen.

Tabel 16. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Kenyataan Produk Jam Kayu

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,645	,643	8

Dari tabel diatas diketahui nilai uji reliabilitas kenyataan *cronbach alpha* sebesar 0,645. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan hasil pengujian ini dapat dikatakan sangat reliabel.

Tabel 17. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Kenyataan Produk Gantungan Kunci

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,427	,413	5

Dari tabel diatas diketahui nilai uji reliabilitas kenyataan *cronbach alpha* sebesar 0,427. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan hasil pengujian ini dapat dikatakan cukup reliabel.

Tabel 18. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Kenyataan Produk Kaligrafi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,575	,573	7

Dari tabel diatas diketahui nilai uji reliabilitas kenyataan *cronbach alpha* sebesar 0,575. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan hasil pengujian ini dapat dikatakan cukup reliabel.

2. Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach* hasil kuesioner tingkat kepentingan karakteristik produk.

Tabel 19. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Jam Kayu

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,720	,722	8

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik produk jam kayu *cronbach's alpha* sebesar 0,720. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dikatakan Sangat Reliabel.

Tabel 20. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Gantungan Kunci

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,210	,213	5

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik gantungan kunci *cronbach's alpha* sebesar 0,210. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dikatakan agak reliabel.

Tabel 21. Hasil Pengujian Reliabilitas Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Produk Kaligrafi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,531	,578	7

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik kaligrafi *cronbach's alpha* sebesar 0,531. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner yang

digunakan pada penelitian ini dikatakan cukup reliabel.

Penilaian Service Performance

Penilaian *service performance* digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian masing-masing atribut kualitas pada kondisi kenyataan yang ada di UMKM Succes Creative dengan kualitas produk yang diharapkan oleh pelanggan. Tingkat kesesuaian diukur dengan membagi rata-rata nilai atribut kualitas pada tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan atau harapan kemudian dikalikan 100%.

$$\text{Tingkat Kesesuaian} = \frac{\text{rata-rata tingkat kenyataan}}{\text{rata-rata tingkat kepentingan}} \times 100\%$$

Berikut ini adalah contoh perhitungan tingkat kesesuaian pada atribut kualitas nomor 1.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Kesesuaian} &= \frac{2,18}{2,59} \times 100\% \\ &= 84,21\% \text{ (dan seterusnya)} \end{aligned}$$

Tabel 22. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Variabel Kualitas Produk Jam Kayu

Nomor Atribut	Rata-rata Kenyataan	Rata-rata tingkat Kepentingan	Tingkat kesesuaian
1	2,18	2,59	84,21%
2	2,36	2,50	94,55%
3	2,32	2,55	91,07%
4	2,18	2,73	80,00%
5	2,09	2,59	80,70%
6	2,18	2,36	92,31%
7	2,09	2,55	89,09%
8	2,23	2,50	84,21%

Dari hasil pengolahan data tingkat kesesuaian yang terdapat pada tabel diatas mengenai atribut kualitas produk kerajinan jam kayu yang dipasarkan UMKM Succes Creative diketahui hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 80%-94,55%, maka dapat disimpulkan bahwa kesesuaian harapan konsumen hampir terpenuhi.

Tabel 23. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Variabel Kualitas Produk Gantungan Kunci

Nomor Atribut	Rata-rata Kenyataan	Rata-rata tingkat Kepentingan	Tingkat kesesuaian
1	2,00	2,50	80,00%
2	2,09	2,45	85,19%
3	2,14	2,45	87,19%
4	2,14	2,31	92,54%
5	2,14	2,40	89,00%

Dari hasil pengolahan data tingkat kesesuaian yang terdapat pada tabel diatas mengenai atribut kualitas produk kerajinan gantungan kunci yang dipasarkan UMKM Succes Creative diketahui hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 80%-92,54%, maka dapat disimpulkan bahwa kesesuaian harapan konsumen hampir terpenuhi.

Tabel 24. Hasil Perhitungan Tingkat Variabel Kualitas Produk Kaligrafi

Nomor Atribut	Rata-rata Kenyataan	Rata-rata tingkat Kepentingan	Tingkat kesesuaian
1	2,05	2,23	91,84%
2	1,93	2,16	89,42%
3	1,93	2,16	88,95%
4	1,92	2,12	90,53%
5	1,86	2,08	89,81%
6	1,86	2,03	92,08%
7	1,86	2,03	92,02%

Dari hasil pengolahan data tingkat kesesuaian yang terdapat pada tabel diatas mengenai atribut kualitas produk kerajinan kaligrafi yang dipasarkan UMKM Succes Creative diketahui hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 88,95%-92,08%, maka dapat disimpulkan bahwa kesesuaian harapan konsumen hampir terpenuhi.

Pengukuran Customer Satisfaction Index

Pengukuran CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pembeli secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas. Untuk pengukuran CSI dapat dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut ini:

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS).

Nilai MIS dan MSS didapatkan dari rata-rata nilai atribut masing-masing kualitas. MSI untuk tingkat kepentingan atau harapan, sedangkan MSS untuk tingkat kinerja. Perhitungan MIS pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MIS = \frac{48}{22}$$

$$MIS = 2,18 \text{ (dan seterusnya)}$$

Perhitungan MSS pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$MSS = \frac{57}{22}$$

$$MSS = 2,59 \text{ (dan seterusnya)}$$

b. Membuat *Weight Factors* (WF) per atribut.

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS. Perhitungan WF pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

$$WF = \frac{2,18}{17,63}$$

$$WF = 0,124 \text{ (dan seterusnya)}$$

c. Membuat *Weight Score* (WSi) pada tiap atribut.

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS. Perhitungan WSi pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan

$$WS_i = WF \times MSS$$

$$WS_i = 0,124 \times 2,59$$

$$WS_i = 0,320 \text{ (dan seterusnya)}$$

d. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Dengan cara *Weight Total* (WT) dibagi skala maksimum yang digunakan kemudian dikalikan 100%.

Tabel 25. Rekapitulasi Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Variabel Kualitas Produk Jam Kayu

No. Atribut Kualitas	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factors (WF) (MIS/Total MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WSi) (WF x MSS)
1	2,18	0,124	2,59	0,320
2	2,36	0,134	2,50	0,335
3	2,32	0,132	2,55	0,336
4	2,18	0,124	2,73	0,338
5	2,09	0,119	2,59	0,307
6	2,18	0,124	2,36	0,292
7	2,09	0,119	2,55	0,302
8	2,23	0,126	2,50	0,316
Total	17,63	1	20,37	2,545

Berdasarkan rekapitulasi hasil perhitungan pada tabel didapatkan hasil nilai total *Weight Score* sebesar 2,545. Langkah selanjutnya adalah menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* dengan rumus persamaan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{2,545}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 50,90\%$$

Dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* diatas didapatkan prosentase hasil sebesar 50,90%, dari hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan tingkat kualitas produk yang dihasilkan UMKM Succes Creative terhadap konsumen tergolong dalam kriteria *Very Poor*, yang artinya kualitas dari produk kerajinan jam kayu yang dipasarkan masih sangat kurang baik.

Tabel 26. Rekapitulasi Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Variabel Kualitas Produk Gantungan Kunci

No. Atribut Kualitas	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factors (WF) (MIS/Total MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WSi) (WF x MSS)
1	2,00	0,190	2,50	0,476
2	2,09	0,199	2,45	0,487
3	2,14	0,204	2,45	0,499
4	2,14	0,204	2,31	0,470
5	2,14	0,204	2,40	0,489
Total	10,51	1	12,11	2,421

Berdasarkan rekapitulasi hasil perhitungan pada tabel didapatkan hasil nilai total *Weight Score* sebesar 2,421. Langkah selanjutnya adalah menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* dengan rumus persamaan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{2,421}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 48,42\%$$

Dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* diatas didapatkan prosentase hasil sebesar 48,42%, dari hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan tingkat kualitas produk yang dihasilkan UMKM Sukses Creative terhadap konsumen tergolong dalam kriteria *Very Poor*, yang artinya kualitas dari produk kerajinan gantungan kunci yang dipasarkan masih sangat kurang baik.

Tabel 27. Rekapitulasi Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Variabel Kualitas Produk Kaligrafi

No. Atribut Kualitas	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factors (WF) (MIS/Total MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WSi) (WF x MSS)
1	2,05	0,153	2,23	0,341
2	1,93	0,144	2,16	0,311
3	1,93	0,144	2,16	0,311
4	1,92	0,143	2,12	0,304
5	1,86	0,139	2,08	0,289
6	1,86	0,139	2,03	0,282
7	1,86	0,139	2,03	0,282
Total	13,41	1	14,810	2,118

Berdasarkan rekapitulasi hasil perhitungan pada tabel didapatkan hasil nilai total *Weight Score* sebesar 2,118. Langkah selanjutnya adalah menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* dengan rumus persamaan

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{2,118}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 42,35\%$$

Dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* diatas didapatkan prosentase hasil sebesar 42,35%, dari hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan tingkat kualitas produk yang dihasilkan UMKM Sukses Creative terhadap konsumen tergolong dalam kriteria *Very Poor*, yang artinya kualitas dari produk kerajinan kaligrafi yang dipasarkan masih sangat kurang baik. Berdasarkan hasil perhitungan dan penggolongan kriteria dari masing-masing variabel karakteristik produk yang dipasarkan, maka UMKM Sukses Creative sangat perlu melakukan perbaikan kualitas dari produk yang dihasilkan atau dipasarkan dan juga dilakukanya pengecekan kualitas produk sebelum dipasarkan. Karena dari hasil perhitungan didapatkan prosentase kualitas produk menurut konsumen berada dalam kreteria yang rendah.

Kano Model

Untuk mengetahui apakah karakteristik variabel kualitas dan harga produk dari masing-masing atribut kuesioner mengenai produk kerajinan UMKM Sukses Creative sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen., maka dilakukan penilaian menggunakan metode Kano Model. Berikut hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden dalam penelitian ini:

Tabel 28. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Jam Kayu

No.	Pernyataan	Kategori Kano				
		A	M	I	O	R
K1	Kerajinan jam kayu yang dihasilkan Succes Creative memiliki daya tahan yang baik	13	6	3	0	0
K2	Menggunakan meesin jam yang bagus dan awet	12	4	3	2	1
K3	Succes Creative menggunakan bahan baku yang bagus	4	9	7	2	0
K4	Pengecatan atau warna produk sangat rapi	5	12	3	1	1
K5	Komponen jam kayu berfungsi dengan baik	10	5	6	1	0
K6	Produk kerajinan dikemas dengan baik dan aman	9	7	2	1	2
K7	Memiliki bentuk produk yang sangat rapi dan menarik	7	10	2	3	0
K8	Finishing atau hasil pengerjaan produk sangat rapi	11	8	3	0	0

Tabel 29. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Gantungan Kunci

No.	Pernyataan	Kategori Kano				
		A	M	I	O	R
K1	Bahan baku dan ring gantungan kunci yang digunakan bagus	4	13	3	1	1
K2	Semua komponen terpasang dengan baik	10	6	5	1	0
K3	Desain/model gantungan kunci bagus	9	7	3	1	2
K4	Finishing rapi	6	10	3	3	0
K5	Produk dikemas dengan baik	9	10	3	0	0

Tabel 30. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Kaligrafi

No.	Pernyataan	Kategori Kano				
		A	M	I	O	R
K1	Kerajinan kaligrafi kayu yang dihasilkan Succes Creative memiliki daya tahan yang baik (awet)	11	7	3	1	0
K2	Menggunakan bahan baku yang bagus	10	6	3	2	1
K3	Hasil pengerjaan sangat rapi	3	11	7	1	0
K4	Ukuran dan model kaligrafi dapat disesuaikan dengan pemesanan	6	11	3	1	1
K5	Bentuknya sangat detail dan bagus	9	7	6	0	0
K6	Cat rapi dan tidak mudah mengelupas	9	8	3	1	1
K7	Dikemas dengan baik	5	12	3	1	0

Uji Validitas Hasil Kuesioner Metode Kano Model

Berikut merupakan hasil keterangan uji validitas dari kuesioner yang diberikan terhadap pelanggan UMKM Succes Creative ditunjukkan pada tabel berikut apakah valid atau tidak dengan nilai r-tabel 0,4044

Tabel 31. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Jam Kayu Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,442483	0.4044	VALID
K2	0,524459	0.4044	VALID
K3	0,421477	0.4044	VALID
K4	0,435981	0.4044	VALID
K5	0,456793	0.4044	VALID
K6	0,445464	0.4044	VALID
K7	0,674388	0.4044	VALID
K8	0,429167	0.4044	VALID

Tabel 32. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Gantungan Kunci Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,432911	0.4044	VALID
K2	0,460813	0.4044	VALID
K3	0,549635	0.4044	VALID
K4	0,68535	0.4044	VALID
K5	0,42935	0.4044	VALID

Tabel 33. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Kaligrafi Berdasarkan Kenyataan

Nomor Atribut	r-hitung	r-tabel	Keterangan
K1	0,478232	0.4044	VALID
K2	0,527616	0.4044	VALID
K3	0,458484	0.4044	VALID
K4	0,438445	0.4044	VALID
K5	0,407974	0.4044	VALID
K6	0,564158	0.4044	VALID
K7	0,682556	0.4044	VALID

Dari hasil perhitungan masing-masing karakteristi produk jam kayu, gantungan kunci, dan kaligrafi dikatakan valid, karena nilai r-hitung lebih besar dari pada nilai r-tabel.

Uji Reliabilitas Hasil Kuesioner Metode Kano Model

Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach* hasil kuesioner kano model.

Tabel 34. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kano Model Kualitas Produk Jam Kayu

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,508	,533	8

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik jam kayu *cronbach's* alpha sebesar 0,508. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner kano model yang digunakan pada penelitian ini dikatakan cukup reliabel.

Tabel 35. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kano Model Kualitas Produk Gantungan Kunci

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,293	,318	5

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik gantungan kunci *cronbach's* alpha sebesar 0,293. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner kano model yang digunakan pada penelitian ini dikatakan agak reliabel.

Tabel 36. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kano Model Kualitas Produk Kaligrafi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,502	,532	7

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai uji reliabilitas tingkat kepentingan karakteristik kaligrafi *cronbach's* alpha sebesar 0,502. Dengan ini dapat disimpulkan, kuesioner kano model yang digunakan pada penelitian ini dikatakan cukup reliabel.

Kategori Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Menurut Responden

Setelah kuesioner disebarkan kemudian diperoleh data katagori hasil kuesioner menggunakan metode Kano Model, dapat dilihat pada tabel berikut ini ini:

Tabel 37. Kategori Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Jam Kayu

No.	Pernyataan	Kategori Kano
K1	Kerajinan jam kayu yang dihasilkan Succes Creative memiliki daya tahan yang baik	A
K2	Menggunakan meesin jam yang bagus dan awet	A
K3	Succes Creative menggunakan bahan baku yang bagus	M
K4	Pengecatan atau warna produk sangat rapi	M
K5	Komponen jam kayu berfungsi dengan baik	A
K6	Produk kerajinan dikemas dengan baik dan aman	A
K7	Memiliki bentuk produk yang sangat rapi dan menarik	M
K8	Finishing atau hasil pengerjaan produk sangat rapi	A

Dari hasil responden yang terdapat pada tabel diatas kemudian dilakukan perhitungan untuk mengetahui kategori Kano yang paling berpengaruh terhadap karakteristik kualitas produk kerajinan dari UMKM Succes Creative. Perhitungan dapat dilihat dibawah ini.

$$\text{Jumlah Responden Kano} = \frac{\text{Jumlah keseluruhan masing-masing kategori Kano}}{\text{Jumlah pertanyaan tiap dimensi}}$$

$$\begin{aligned} \text{A. Kategori (I)} \\ &= \frac{0}{22} \\ &= 0 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{B. Kategori (A)} \\ &= \frac{5}{8} \\ &= 0,62 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{C. Kategori (M)} \\ &= \frac{3}{8} \\ &= 0,37 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{D. Kategori (O)} \\ &= \frac{0}{8} \\ &= 0 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan kuesioner berdasarkan pilihan responden pada perhitungan variabel kualitas produk jam kayu dengan metode Kano Model diatas dapat

diketahui jumlah nilai terbanyak pilihan responden adalah A (*Attractive*) dengan hasil perhitungan sebesar 0,62. Yang artinya apabila kinerja dan kualitas ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat.

Tabel 38. Kategoti Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Gantungan Kunci

No.	Pernyataan	Kategori Kano
K1	Bahan baku dan ring gantungan kunci yang digunakan bagus	M
K2	Semua komponen terpasang dengan baik	A
K3	Desain/model gantungan kunci bagus	A
K4	Finishing rapi	M
K5	Produk dikemas dengan baik	A

Dari hasil responden yang terdapat pada tabel diatas kemudian dilakukan perhitungan untuk mengetahui kategori Kano yang paling berpengaruh terhadap karakteristik kualitas produk kerajinan dari UMKM Succes Creative. Perhitungan dapat dilihat dibawah ini.

$$\text{Jumlah Responden Kano} = \frac{\text{Jumlah keseluruhan masing-masing kategori Kano}}{\text{Jumlah pertanyaan tiap dimensi}}$$

$$\begin{aligned} \text{A. Kategori (I)} \\ &= \frac{0}{5} \\ &= 0 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{B. Kategori (A)} \\ &= \frac{3}{5} \\ &= 0,6 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{C. Kategori (M)} \\ &= \frac{3}{5} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 0,6 \\ \text{D. Kategori (O)} \\ &= \frac{0}{5} \\ &= 0 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan kuesioner berdasarkan pilihan responden pada perhitungan variabel kualitas produk gantungan kunci dengan metode Kano Model

diatas dapat diketahui jumlah nilai terbanyak pilihan responden adalah M (*Must-Be*) dengan hasil perhitungan sebesar 0,6. Yang artinya pelanggan akan merasa puas apabila kinerja dari atribut semakin baik.

Tabel 39. Kategoti Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk Kaligrafi

No.	Pernyataan	Kategori Kano
K1	Kerajinan kaligrafi kayu yang dihasilkan Succes Creative memiliki daya tahan yang baik (awet)	A
K2	Menggunakan bahan baku yang bagus	A
K3	Hasil pengerjaan sangat rapi	M
K4	Ukuran dan model kaligrafi dapat disesuaikan dengan pemesanan	M
K5	Bentuknya sangat detail dan bagus	A
K6	Cat rapi dan tidak mudah mengelupas	A
K7	Dikemas dengan baik	M

Dari hasil responden yang terdapat pada tabel diatas kemudian dilakukan perhitungan untuk mengetahui kategori Kano yang paling berpengaruh terhadap karakteristik kualitas produk kerajinan dari UMKM Succes Creative. Perhitungan dapat dilihat dibawah ini.

$$\text{Jumlah Responden Kano} = \frac{\text{Jumlah keseluruhan masing-masing kategori Kano}}{\text{Jumlah pertanyaan tiap dimensi}}$$

A. Kategori (I)

$$= \frac{0}{7} = 0$$

B. Kategori (A)

$$= \frac{4}{7} = 0,57$$

C. Kategori (M)

$$= \frac{3}{7} = 0,42$$

D. Kategori (O)

$$= \frac{0}{7} = 0$$

Dari hasil perhitungan kuesioner berdasarkan pilihan responden pada perhitungan variabel kualitas produk kaligrafi dengan metode Kano Model diatas dapat diketahui jumlah nilai terbanyak pilihan responden adalah A (*Attractive*) dengan hasil perhitungan sebesar 0,57. Yang artinya kepuasan pelanggan akan mengikuti kualitas produk yang dihasilkan, untuk itu kualitas harus semakin meningkat supaya kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

Menghitung Kano Model

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang dihasilkan UMKM Succes Creative Desa Donorejo, maka dilakukan perhitungan kano sebagai berikut:

1. Menghitung tingkat kepuasan konsumen berdasarkan hasil penilaian pada variaabel kuesioner kualitas produk jam kayu menggunakan persamaan :

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan} &= \frac{(A + O)}{(A+O+M+I)} \\ &= \frac{(11 + 1)}{(11+0+8+1)} \\ &= 0,571 \text{ (dan seterusnya)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tidak puas} &= \frac{(O + M)}{(O+M+I+R)} \\ &= \frac{(1+ 8)}{(1+8+1+1)} \\ &= 0,818 \text{ (dan seterusnya)} \end{aligned}$$

Dengan persamaan diatas maka didapatkan hasil kepuasan dan tidak puas berdasarkan penilaian konsumen dari variabel kualitas produk jam kayu dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 40. Kepuasan Dan Tidak Puas Variabel Kerajinan Jam Kayu

Kode	Pernyataan	PUAS	TIDAK PUAS
K1	Kerajinan jam kayu yang dihasilkan Succes Creative memiliki daya tahan yang baik	0,5714	0,8182
K2	Menggunakan meesin jam yang bagus dan awet	0,7143	0,5556
K3	Succes Creative menggunakan bahan baku yang bagus	0,1364	0,6667
K4	Pengecatan atau warna produk sangat rapi	0,2857	0,7647
K5	Komponen jam kayu berfungsi dengan baik	0,5455	0,3636
K6	Produk kerajinan dikemas dengan baik dan aman	0,4762	0,6667
K7	Memiliki bentuk produk yang sangat rapi dan menarik	0,3636	0,9412
K8	Finishing atau hasil pengerjaan produk sangat rapi	0,5455	1

Dari hasil perhitungan yang terdapat pada tabel diatas dapat diketahui nilai rata-rata kepuasan sebesar 0,4548 sedangkan rata-rata ketidakpuasan sebesar 0,7221. Dari hasil tersebut diketahui pada variabel kuesioner kualitas produk jam kayu bahwa konsumen merasa belum puas terhadap kualitas dan harga produk yang diberikan oleh UMKM Succes Creative.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Tingkat Kesesuaian

- Analisis *Service Performance*

Dari hasil perhitungan *Service Performance* didapatkan hasil penilaian pada masing-masing atribut kualitas produk kerajinan jam kayu didapatkan hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 80%-94,55%, kerajinan gantungan kunci didapatkan hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 80%- 92,54%, dan produk kerajinan kaligrafi yang dipasarkan UMKM Succes Creative didapatkan hasil tingkat kesesuaian dengan nilai prosentase antara 88,95%-92,08%, maka dapat diketahui tingkat kesesuaian dari karakteristik masing-masing produk menurut konsumen.

- Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Dalam perhitungan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* tentang kualitas produk yang dihasilkan UMKM Succes Creative didapatkan nilai prosentase kepuasan pembeli sebagai berikut.

Tabel 41. Prosentase Kualitas

Produk Kerajinan	Prosentase	Kategori
Jam Kayu	50,90%	<i>Very Poor</i>
Gantungan Kunci	38,2%	<i>Very Poor</i>
Kaligrafi	42,35%	<i>Very Poor</i>

Dari hasil perhitungan masing-masing atribut kualitas produk didapatkan hasil sesuai pada tabel diatas, dapat dikatakan bahwa kualitas produk yang dipasarkan oleh UMKM Succes Creative menurut konsumen masih sangat kurang atau belum memenuhi kriteria dari keinginan konsumen karena hasil perhitungan menunjukkan nilai kualitas produk sangat rendah, sehingga sangat perlu dilakukannya peningkatan kualitas dari masing-masing produk yang dihasilkan atau dipasarkan oleh perusahaan.

- Analisis Kano Model

Dari hasil pengolahan data menggunakan metode Kano diketahui bahwa pembeli produk kerajinan UMKM Succes Creative merasa belum puas terhadap produk yang dihasilkan dari UMKM Succes Creative karena hasil perhitungan ketidakpuasan lebih besar dari pada nilai kepuasan.

Tabel 42. Nilai Kepuasan Konsumen Terhadap Produk

Produk	Puas	Tidak Puas
Jam Kayu	0,4548	0,7221
Gantungan Kunci	0,5018	0,7457
Kaligrafi	0,1966	0,2219

Sumber: Olah Data, 2019)

Dari hasil nilai rata-rata nilai kepuasan dan ketidak puasan konsumen diketahui bahwa tingkat kepuasan lebih rendah dari tingkat ketidak puasan, maka perusahaan harus melakukan perbaikan kualitas produk, karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari UMKM Succes Creative.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* pada UMKM Succes Creative didapatkan nilai tingkat kualitas produk jam kayu sebesar 65,7%, gantungan kunci sebesar 38,2%, kaligrafi sebesar 41,23% dimana prosentase ketiga produk tersebut berada pada kriteria *Poor* (rendah) yang artinya tingkat kualitas dari ketiga produk tersebut sangat rendah dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

Oleh karena itu sangat perlu dilakukan peningkatan kualitas dari masing-masing produk yang dipasarkan oleh UMKM Succes Creative, sehingga keinginan konsumen dapat terpenuhi dan produk kerajinan yang dipasarkan semakin berkualitas. Pada perhitungan Kano Model juga didapatkan hasil rata-rata nilai ketidak puasan pembeli lebih besar yaitu pada produk jam kayu 0,4548 dengan nilai ketidak puasan 0,7221, gantungan kunci nilai kepuasan sebesar 0,5018 sedangkan nilai ketidak puasan 0,7457, produk kaligrafi dengan nilai kepuasa 0,1966 sedangkan ketidak puasan sebesar 0,2219 yang artinya tanggapan konsumen terhadap kualitas dari karakteristik produk yang diharapkan konsumen belum terpenuhi atau tidak puas.

Saran

Dilihat dari hasil pembahasan dan kesimpulan, disarankan pihak UMKM Succes Creative meningkatkan *service performance*-nya agar loyalitas pelanggan semakin tinggi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memperbaiki tingkat kualitas karakteristik produk yang menurut pembeli masih kurang, mengutamakan meningkatkan kualitas karakteristik produk yang diinginkan konsumen diantaranya daya tahan atau keawetan produk, model produk, bahan baku produk, kerapian pengecatan atau warna produk, kemasan produk yang baik, bentuk produk yang rapi dan menarik, dan finishing atau hasil pengerjaan produk yang rapi. Kemudian perbaikan kualitas harus dilakukan terus menerus dan juga dilakukan pengecekan kualitas produk sebelum produk kerajinan tersebut dipasarkan, karena apabila semakin tinggi nilai kepuasan konsumen maka akan diikuti dengan pemilihan konsumen dalam membeli kerajinan di UMKM Succes Creative juga akan semakin tinggi. UMKM Succes Creative perlu melakukan penelitian atau analisis menggunakan metode *Kano Model* dan *Customer Satisfaction Index* secara berkala sehingga dapat mengetahui tingkat kualitas produk di mata konsumen dan dapat mengetahui karakteristik keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, sehingga kepuasan dari konsumen dapat terpenuhi dan UMKM Succes Creative semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini. L. D., Panji. D., dan Dita. M. I. (2016). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satifaction Index*. Bandung. *Jurnal Industri*. Vol. 4, No. 2. PP 74-81.
- Anggraeni. P. A., Kumadji. S., dan Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Pasuruan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 37, No. 1. PP 171-177.
- Devani. V., dan Rizko. R. A. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Potential Gain In Customer Value*

- (PGCV). Yogyakarta. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 2. PP 24-29.
- Dharmayanti. D. (2006). Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. PP 35-43.
- Wirajaya. G. W., Wrisiati. L. P., dan Sadyasmara. C. A. (2016). Analisis Kepuasan Konsuen Terhadap Kualitas Produk Di Bali Tinggi Spa menggunakan metode *customer satisfaction*, dan *Importance Performance Analysis*. Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 4, No. 4. PP 59-69.
- Ginting, R. Dan Matondang. (2013). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano Serta Aplikasi *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Jasa Perbankan. *Jurnal Teknik Industri FT USU*. Vol. 1, No. 2, PP: 1-7.
- Handriati. A. A., Sunaryo., dan Vebri. N. H. (2015). Analisa Kepuasan Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode *Servperf-IPA-CSI*. Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Informasi*. Vol. 21, No. 4. PP 178-190.
- Hidayati. S. N., dan Prasetyo. A. P. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan e-KTP Menggunakan Metode *Customer Satifaction Index*, Metode *Service Quality*, dan *Importance Performance Analysis*. Yogyakarta. *Jurnal Maskipreneur*. Vol. 5, No 1. PP 117-133.
- Indrayani, K. dan Nofirza. (2011). Aplikasi Metode Kano Dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. Vol. 9, No. 1, PP 1-8.
- Maulia. E. R., Matodang. A. R., dan Ginting. R. (2013). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano Serta Aplikasi *Quality Function Deployment (Qfd)* Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Jasa Perbankan. *e-Jurnal Teknik Industri FT USU*. Vol. 1, No. 2. PP 1-7
- Kurnia. M., Hartiati. A., dan Setiawan. K. (2018) Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Layanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi kasus: Mie Rampok Jimbaran). Jimbaran. *Jurnal Rekayasa Dan Manajeme Agroindustri*. Vol. 6, No. 1. PP 45-56.
- Musanto. T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2.
- Prajogo. D. I., dan Peggy. M. (2001). "Examining competitive priorities and competitive advantage in service organisations using *Importance-Performance Analysis matrix*". *Jurnal Managing Service Quality* Vol. 21, No. 5. PP 465-483.
- Sembiring. I. J., Suharyono., dan Kusumawati. A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. (Studi Kasus: Pelanggan McDonald's MT. Haryono, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15, No. 1. PP 1-9
- Setyaningsih. I. (2013). Analisis Kualitas Rumah Sakit Terhadap Pasien Menggunakan Pendekatan *Lean Servperf* Dan *Service Performace*. (Studi Kasus: Rumah Sakit X). *Jurnal Spektrum Industri*. Vol. 11, No. 2. PP 117-242.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Administasi. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. A. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus: Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT.Sindur Graha Tama). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 8, No. 2. PP 173-186.
- Widjoyo. S. P., Samuel. H., dan Kurniawan. R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen. (Studi Kasus:

Restoran Happy Garden Surabaya).
Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.
2, No.1. PP 1-9.