

## Plagiarism Checker X Originality Report



Plagiarism Quantity: 15% Duplicate

Date	Wednesday, December 07, 2022
Words	1015 Plagiarized Words / Total 6644 Words
Sources	More than 42 Sources Identified.
Remarks	Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 23 e-ISSN. 2548-4168 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

### Sources found:

Click on the highlighted sentence to see sources.

### Internet Pages

- 9% [ejournal.unisnu.ac.id](#) [JDPT](#) [article](#)
- 1% [www.researchgate.net](#) [publication](#) [346](#)
- <1% [www.uph.edu](#) [id](#) [study-at-uph](#)
- <1% [garuda.kemdikbud.go.id](#) [author](#) [view](#)
- <1% [www.kompasiana.com](#) [deviananadidasalsabi](#)
- <1% [eprints.umm.ac.id](#) [52326](#) [3](#)
- <1% [karyailmiah.yai.ac.id](#) [files](#) [pdf](#)
- <1% [ejurnal.itats.ac.id](#) [sntekpan](#) [article](#)
- <1% [text-id.123dok.com](#) [document](#) [7qv42w1q](#)
- <1% [wikielektronika.com](#) [r-tabel-uji-validi](#)
- <1% [text-id.123dok.com](#) [document](#) [lzg3gqvq](#)
- <1% [eprints.walisongo.ac.id](#) [7331](#) [6](#)
- <1% [adoc.pub](#) [uji-validitas-dan-reliabilita](#)
- <1% [qmc.binus.ac.id](#) [2014/11/01](#) [u-j-i-v-a](#)
- <1% [text-id.123dok.com](#) [document](#) [myjk7ve6](#)
- <1% [eprints.ums.ac.id](#) [30147](#) [4](#)
- <1% [theses.uin-malang.ac.id](#) [836/7/1041009](#)
- <1% [ereseach.stikom-bali.ac.id](#) [admin](#) [fi](#)
- 1% [agungbudisantoso.com](#) [cara-menghitung-t](#)
- <1% [www.harmony.co.id](#) [blog](#) [bagaimana-car](#)

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 Sukses Creative.

Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan memberi usulan perbaikan kualitas dari karakteristik produk yang dihasilkan UMKM Sukses 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 Sukses 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, kemasan produk yang baik, bentuk produk yang rapi dan menarik, dan finishing atau hasil pengerjaan produk yang rapi. Kata Kunci: kualitas, produk, Customer, Satisfaction, Index Jurnal D ?PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 24 e-ISSN. 2548-4168  
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

<1% [eprints.umm.ac.id](https://eprints.umm.ac.id/36012) 36012 4

<1% [text-id.123dok.com](https://text-id.123dok.com/document/dzxmp0wy) document dxmp0wy

<1% [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu/6119) 6119 6

<1% [www.scribd.com](https://www.scribd.com/document/362451100) document 362451100

<1% [www.kompas.com](https://www.kompas.com/skola/read) skola read

<1% [glints.com](https://glints.com/id/lowongan) id lowongan

<1% [www.kajianpustaka.com](https://www.kajianpustaka.com/2021/01) 2021 01

<1% [123dok.com](https://123dok.com/document/qo5xnv0k-tinjaua) document qo5xnv0k-tinjaua

<1% [www.academia.edu](https://www.academia.edu/37427848) 37427848

#### ANALISIS P

<1% [adoc.pub](https://adoc.pub/analisis-kepuasan-pelangganda) analisis-kepuasan-pelangganda

<1% [moraref.kemendagri.go.id](https://moraref.kemendagri.go.id/archives/journal) archives journal

<1% [text-id.123dok.com](https://text-id.123dok.com/document/zkx40rey) document zkx40rey

<1% [media.neliti.com](https://media.neliti.com/media/publications) media publications

<1% [www.semanticscholar.org](https://www.semanticscholar.org/paper/ANALIS) paper ANALIS

<1% [www.dinastirev.org](https://www.dinastirev.org/jimt/article) JIMT article

<1% [research.monash.edu](https://research.monash.edu/en/publications) en publications

<1% [download.garuda.kemdikbud.go.id](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/artic) artic

<1% [www.researchgate.net](https://www.researchgate.net/profile/Ira-Set) profile Ira-Set

<1% [adoc.pub](https://adoc.pub/analisis-pengaruh-kualitas-pr) analisis-pengaruh-kualitas-pr

<1% [www.semanticscholar.org](https://www.semanticscholar.org/paper/PENGAR) paper PENGAR

<1% [adoc.pub](https://adoc.pub/jurnal-manajemen-pemasaran-vo) jurnal-manajemen-pemasaran-vo

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 Kerajinan Keluhan Pelanggan Jam Kayu 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 1. Cat Rusak 2. Kemasan Rusak 3. Dudukan Kaligrafi Copot 4. Produk Patah Pada Saat Pengiriman 5. Ukuran Tidak Sesuai Pesanan Gantungan Kunci 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 25 e-ISSN. 2548-4168 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 26 e-ISSN. 2548-4168 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.  $n = \frac{1}{(d)^2} \cdot N = \frac{1}{(0,22)^2} \cdot 587 = 119,3$  Jadi jumlah responden yang digunakan untuk sampel pada penelitian ini adalah 120 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 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 27 e-ISSN. 2548-4168 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 ditunjukkan pada tabel berikut apakah valid atau tidak. a. Menentukan nilai r-tabel ( $df = n - 2 = 22 - 2 = 20$ ) maka nilai r-tabel pada tingkat kepercayaan sebesar 5%, baris ke 20 didapatkan nilai r-tabel sebesar 0,4044. b. Menentukan nilai r-hitung = 0,6282 (dan seterusnya) 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 28 e-ISSN. 2548-4168 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 kesioner 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 = 0,50678 (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 validias 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 validias 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 validias 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  $\diamond$  0,200 Kurang Reliabel 0,201  $\diamond$  0,400 Agak Reliabel 0,401  $\diamond$  0,600 Cukup Reliabel 0,601  $\diamond$  0,800 Reliabel 0,801  $\diamond$  1 Sangat Reliabel Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 29 e-ISSN. 2548-4168 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 Jurnal D PR TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 30 e-ISSN. 2548-4168 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%. Tingkat Kesesuaian = rata-rata tingkat kenyataan rata-rata tingkat kepentingan x 100% Berikut ini adalah contoh perhitungan tingkat kesesuaian pada atribut kualitas nomor 1. Tingkat Kesesuaian =  $2,18 \text{ 2,59} \times 100\% = 84,21\%$  (dan seterusnya) 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: Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 31 e-ISSN. 2548-4168 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. Perhitungan MSS pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan 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 c. Membuat Weigt Score (WSi) pada tiap atribut. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS. Perhitungan WSi pada atribut kualitas nomor satu menggunakan rumus persamaan  $WSi = WF \times MSS$   $WSi = 0,124 \times 2,59$   $WSi = 0,320$  (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. Atrib ut Kualit as Mean Impor tance Score (MIS) Weight Factors (WF) (MIS/T otal MIS) Mean Satisf action Score (MSS) Weigt 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. 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. Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 32 e-ISSN. 2548-4168 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. 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 Succes 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. 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 Succes 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 Succes Creative sangat perlu melakukan perbaikan kualitas dari produk yang dihasilkan atau dipasarkan dan juga dilakukannya pengecekan kualitas produk sebelum dipasarkan. Karena dari hasil perhitungan didapatkan prosentase kualitas produk menurut konsumen berada dalam kriteria yang rendah. Kano Model Untuk mengetahui apakah karakteristik variabel kualitas dan harga produk dari masing-masing atribut kuesioner mengenai produk kerajinan UMKM Succes 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: Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 33 e-ISSN. 2548-4168 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 mesin 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 34 e-ISSN. 2548-4168 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: Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 35 e-ISSN. 2548-4168 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. Jumlah Responden Kano = Jumlah keseluruhan masing -masing kategori Kano Jumlah pertanyaan tiap dimensi 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 (Atractive) dengan hasil perhitungan sebesar 0,62. Yang artinya apabila kinerja dan kualitas ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat. Tabel 38.

Kategori 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. Jumlah Responden Kano = Jumlah keseluruhan masing -masing kategori Kano Jumlah pertanyaan tiap dimensi Dari hasil perhitungan kuesioner berdasarkan pilihan responden pada perhitungan variabel kualitas produk gantungan kunci dengan metode Kano Model Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 36 e-ISSN. 2548-4168 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. Kategori 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.

Jumlah Responden Kano = Jumlah keseluruhan masing-masing kategori Kano Jumlah pertanyaan tiap dimensi 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 (Atractive) 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 variabel kuesioner kualitas produk jam kayu menggunakan persamaan :  $Kepuasan = (A + O) \cdot (A+O+M+I) = (11 + 1) \cdot (11+0+8+1) = 0,571$  (dan seterusnya)  $Tidak\ puas = (O + M) \cdot (O+M+I+R) = (1 + 8) \cdot (1+8+1+1) = 0,818$  (dan seterusnya) 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. Jurnal D??PR??TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 37 e-ISSN. 2548-4168 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 mesin 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% VeryPoor Gantungan Kunci 38,2% Very Poor Kaligrafi 42,35% Very Poor 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 keteria dari keinginan konsumen karena hasil perhitungan menunjukkan nilai kualitas produk sangat rendah, sehingga sangat perlu dilakukanya 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 ketidak puasan lebih besar dari pada nilai kepuasan. Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 38 e-ISSN. 2548-4168 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 Custommer 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 kreteria 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 Custommer 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 Satisfaction 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 Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 39 e-ISSN. 2548-4168 (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 FUNCITON 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 Veбри. 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 Satisfaction 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 Manajemen 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 Sembunharjo 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: Jurnal D ??PR ?TEK Volume 11 Nomor 1, Januari 2020 ISSN. 2088-6500 40 e-ISSN. 2548-4168 Restoran Happy Garden Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 2, No.1. PP 1-9.