**ANALISIS** i**LOYALITAS** i**DAN** i**KEPUASAN** i**PELANGGAN** i**TERHADAP** i**TINGKAT** i**PENJUALAN** i**SUSU** i**KEDELAI** i**UD** i**PAK** i**SUROTO** i**BERASTAGI**

**Latifah;** i**Zuhrinal** i**M** i**Nawawi**

Jurusan iPerbankan iSyariah iFakultas iEkonomi iDan iBisnis iIslam iUniversitas iIslam iNegeri iSumatera iUtara, iIndonesia

e-mail: i[amoylatifah1@gmail.com](mailto:amoylatifah1@gmail.com) i

e-mail: i[zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id](mailto:zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id) i

***Abstract.*** i*This* i*study* i*aims* i*to* i*determine* i*and* i*analyze* i*customer* i*loyalty* i*and* i*satisfaction* i*with* i*the* i*level* i*of* i*sales* i*of* i*UD* i*Pak* i*Suroto's* i*soy* i*milk.* i*This* i*kind* i*of* i*studies* i*is* i*descriptive* i*with* i*a* i*quantitative* i*approach.* i*The* i*approach* i*utilized* i*in* i*studies* i*is* i*in* i*the* i*form* i*of* i*questionnaires* i*or* i*questionnaires* i*to* i*determine* i*the* i*information* i*of* i*the* i*respondents.* i*The* i*results* i*of* i*the* i*study* i*indicate* i*that* i*if* i*customers* i*are* i*not* i*satisfied* i*with* i*the* i*products* i*they* i*buy,* i*the* i*customer's* i*buying* i*interest* i*is* i*reduced* i*so* i*that* i*customers* i*also* i*become* i*disloyal,* i*and* i*this* i*can* i*actually* i*have* i*an* i*impact* i*on* i*income* i*tiers.* i*UD* i*Pak* i*Suroto* i*makes* i*soy* i*milk* i*not* i*only* i*one* i*kind* i*of* i*taste,* i*but* i*several* i*flavors* i*by* i*giving* i*combinations* i*such* i*as* i*chocolate,* i*fruit* i*to* i*soy* i*milk* i*in* i*order* i*to* i*attract* i*customers'* i*tastes* i*so* i*they* i*don't* i*get* i*bored* i*with* i*the* i*soy* i*milk* i*they* i*buy,* i*this* i*is* i*done* i*by* i*Pak* i*Suroto* i*to* i*make* i*customers* i*feel* i*satisfied* i*and* i*continue* i*to* i*buy* i*soy* i*milk.* i*Client* i*pride* i*is* i*the* i*degree* i*to* i*which* i*customer* i*needs,* i*needs,* i*and* i*expectancies* i*can* i*be* i*met,* i*ensuing* i*in* i*repeat* i*purchases* i*or* i*continued* i*loyalty.* i*Therefore,* i*in* i*order* i*to* i*pay* i*attention* i*to* i*the* i*level* i*of* i*sales,* i*it* i*is* i*important* i*for* i*UD* i*Pak* i*Suroto* i*to* i*give* i*satisfaction* i*to* i*customers* i*and* i*make* i*customers* i*loyal* i*to* i*their* i*products.*

***Keywords:*** i*Analysis,* i*Loyalty,* i*and* i*Customer* i*Satisfaction.*

**Abstrak.** iTujuan idari ipenelitian iini iadalah iuntuk imemahami idan imengevaluasi iloyalitas idan iharapan ikonsumen iterhadap itingkat ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto. iTinjauan iliteratur idari ipenelitian iini iadalah ideskriptif idengan ipendekatan ikuantitatif. iMetode iyang idilakukan idalam iriset ipenelitian iberupa ikuisioner iatau iangket iguna imengetahui ipengetahuan iresponden. iHasil idari ipenelitian imenunjukkan ibahwa ijika ipelanggan imerasa ikurang ipuas iterhadap iproduk iyang imereka ibeli imaka iminat ibeli ipelanggan iberkurang isehingga ipelanggan ijuga imenjadi itidak iloyal, idan ihal itersebut itentunya iakan iberdampak ipada itingkat ipenjualan. iUD iPak iSuroto imembuat isusu ikedelai itidak ihanya isatu imacam irasa isaja, imelainkan ibeberapa irasa idengan imemberikan ikombinasi iseperti icokelat, ibuah iterhadap isusu ikedelainya idemi imenarik iselera ipelanggan iagar itidak ibosan idengan isusu ikedelai iyang imereka ibeli, ihal itersebut idilakukan ioleh iPak iSuroto iguna imenjadikan ipelanggan imerasa ipuas idan iterus imembeli isusu ikedelai. iKepuasan ipelanggan iadalah itingkat idaripada ikebutuhan, ikeinginan, idan iharapan ipelanggan iyang iterpenuhi, iyang imenyebabkan ipembelian iberulang idengan iloyalitas isecara iberkelanjutan. iMaka iuntuk iitu idemi imemperhatikan itingkat ipenjualan, ipenting ibagi iUD iPak iSuroto iuntuk imemberikan ikepuasan iterhadap ipelanggan idan imenjadikan ipelanggan iloyal iakan iproduk imereka.

**Kata** i**Kunci:** iAnalisis, iLoyalitas, idan iKepuasan iPelanggan.

**PENDAHULUAN**

Pada iperiode iglobalisasi, ipertumbuhan ibisnis itelah isangat ikuat idan iterus itumbuh. iAkibatnya, iini ibukan iefek isamping idari iglobalisasi iyang isaat iini isedang iberlangsung. iSampai isekarang, ijumlah iproduk iyang itersedia idi ipasar itelah itumbuh isecara isignifikan, imemberikan ikonsumen iberbagai ipilihan idan ialternatif iuntuk imemenuhi ikebutuhan imereka. iSemua ipelaku ibisnis idi isetiap ikategori ibisnis idituntut iuntuk ipeka iterhadap iperubahan idan ifokus ipada ikepuasan ipelanggan isebagai itujuan iutama imereka. i

Karena ipersaingan ibisnis iyang isemakin iketat, iterutama ipersaingan idari iindustri isusu ikedelai, iindustri isusu ikedelai isemakin idituntut iuntuk ibergerak ilebih icepat idalam iakuisisi ipelanggan. iTujuan iakuisisi ipelanggan itidak ihanya iuntuk imenunjukkan ieksistensi i iindustri, itetapi ijuga iuntuk imenjaga itingkat ipenjualan idi iindustri isusu ikedelai, ijika isesuai idengan itujuan iyang itelah iditetapkan. i

Dengan iberkembangnya ibisnis isusu ikedelai idi iKabupaten iKaro, iperusahaan isusu ikedelai ipenting imemaksimalkan icara ikerja idemi imeningkatkan ijumlah ipembeli idari ipelanggan iyang isudah iada. iIni iadalah ipertimbangan iyang isangat ipenting iguna imengingat ipersaingan iyang iketat idari iperusahaan isusu ikedelai inasional ilainnya, isemua iingin imemamerkan iproduk iolahan, ikeunggulan idan ikegunaan iproduk iyang idilihat idari ikelezatan isusu ikedelai iitu isendiri. iSusu ikedelai idalam ibanyak ipersaingan ikomersial inasional imenunjukkan iprospek ipasar idan iminat ikonsumen iyang ibesar idalam iproduk iini. iSalah isatunya iadalah iperusahaan irumahan iUD iPak iSuroto iyang imemproduksi isusu ikedelai idan imemasarkannya ike imasyarakat idi isekitar iwilayah iKabupaten iKaro.

**LATAR** i**BELAKANG** i**SEJARAH** i**UD** i**PAK** i**SUROTO**

UD iPak iSuroto iSusu iKedelai iadalah iperusahaan iperdagangan iperorangan iberbentuk iindustri idalam inegeri iyang ididirikan ipada itanggal i18 iMei i2017 iyang ididirikan ioleh iSuroto idi iBerastagi. iTujuan iutama idari ibisnis ikomersial iPak iSuroto itidak ihanya iuntuk imencari ikeuntungan, itetapi ijuga iuntuk i imemenuhi ikebutuhan imasyarakat iBerastagi, ikhususnya idi isektor iminuman isusu ikedelai. iSusu ikedelai iUD iPak iSuroto imemiliki irasa iyang iberbeda-beda iagar ikonsumen itidak ibosan idengan ikonsumsi isusu ikedelai iyang iberulang-ulang. iUD iSusu iKedelai iPak iSuroto iberlokasi idi iJalan iJamin iGinting iGang iTelokom iNomor i131 iDesa iBerastagi, iKecamatan iBerastagi, iKabupaten iKaro, iSumatera iUtara.

Pada iawal iberdirinya isusu ikedelai iUD iPak iSuroto, iPak iSuroto imemasarkannya isendiri idan ibersama idua iorang ianggotanya, iAgus idan iRupan, ipemasarannya idilakukan idengan isepeda imotor idan idilengkapi idengan ibox idan itoaks isehingga ikonsumen iyang iingin ibeli ibisa idengar iheboh ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto imelewati ipemukiman ikonsumen, ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto idi iawal ipenjualan isedikit iturun ikarena imasyarakat ibelum imengenal iUD isusu ikedelai iPak iSuroto isampai iakhir itahun i2017. iPenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto iberangsur-angsur imeningkat ikarena imasyarakat isudah imengenal isusu ikedelai iUD iPak iSuroto idan iPak iSuroto imemiliki i7 ianggota isusu ikedelai ipada iawal itahun i2018 idan iPak iSuroto itidak ilagi iterlibat idalam ipemasaran isejauh iini.

**METODE** i**PENGUMPULAN** i**DAN** i**ANLISIS** i**DATA**

Metode iyang iditerapkan ipenulis idalam ipenelitian iini idikenal isebagai imetode iangket iatau ikuesioner. iKuesioner iatau iangket, iadalah iteknik ipengumpulan idata imelalui ibentuk-bentuk ipertanyaan iyang iditulis ikepada iindividu iatau isekelompok iorang iguna imemperoleh ijawaban idan iinformasi iyang imereka ibutuhkan.

Menurut iSiyoto i(2015:79) imenyatakan ibahwa i“Kuesioner iatau iangket iadalah imetode isurvei idata, iinstrumen idiberi inama isesuai idengan inama imetodenya.” iBentuk iangket idapat iberupa irangkaian ipertanyaan itertulis iyang ibertujuan iuntuk imemperoleh iinformasi itentang ipengalaman idan ipengetahuan iresponden.

Untuk imengolah ihasil idata iyang idiperoleh i: i

1. Analisis ideskriptif idigunakan iuntuk imengetahui igambaran iresponden itentang iSusu iKedelai iberdasarkan ivariabel ikepuasan idan iloyalitas iresponden. i
2. Analisis ikorelasi iuntuk imengetahui iapakah iada ihubungan iantara ivariabel isatu idengan ivariabel ilainnya. i

**HASIL** i**DAN** i**PEMBAHASAN**

**LOYALITAS** i**PELANGGAN**

Loyalitas ipelanggan idapat ididefinisikan isebagai iantusiasme iseseorang iuntuk iproduk iatau ilayanan itertentu. iLoyalitas ipelanggan imerupakan iekspresi idari ipelanggan ikepuasan iyang iberkelanjutan iterhadap ifasilitas idan ilayanan iperusahaan, iserta ikeberadaan ikonsumen iperusahaan. iDari ipernyataan idi iatas iterlihat ibahwa isetiap ipelanggan imemiliki ibasis iloyalitas iyang iberbeda-beda, itergantung idari iobjektivitasnya imasing-masing. i

Lovelock i(1991: i44) imenjelaskan ibahwa iloyalitas ipelanggan iterhadap imerek iatau ilayanan itertentu idipengaruhi ioleh isejumlah ifaktor-faktor, itermasuk iperbedaan iharga, ikesamaan idalam ikualitas, ikuantitas, iatau ilayanan. iDengan ijenis iproduk iatau ilayanan iini, iada irisiko iperubahan iharga isebagai iakibat idari iproduk iatau ilayanan iyang idimaksud, iserta iperubahan ikinerja ibila idibandingkan idengan iproduk iyang itelah idigunakan iuntuk iwaktu iyang ilama.

Loyalitas ibukan itentang ijumlah ipelanggan iyang itelah imembeli idari iAnda, itetapi itentang ijumlah ipelanggan iyang iAkan imembeli idari iAnda idi imasa idepan. iLoyalitas ididasarkan ipada ijumlah iorang iyang itelah imembeli isesuatu iselama iperiode iwaktu itertentu idan itelah imembelinya ilagi isejak ipembelian ipertama imereka.

**KELOMPOK** i**LOYALITAS** i**PELANGGAN**

Menurut iPhilip iKotler i(1997:262), iloyalitas ipelanggan idapat idibagi imenjadi iempat ikelompok iberdasarkan iperilaku ipembeliannya:

1. Kelompok iFanatik, imereka iadalah ikelompok iyang iselalu imembeli isatu imerek isepanjang iwaktu, idengan ipola ipembelian iX, iX, iX, iX iartinya isetia ipada imerek iX itanpa isyarat.
2. Kelompok iAgak iSetia, imereka iadalah ikonsumen iyang isetia ipada idua iatau itiga imerek. iDimana iloyalitas idibagi imenjadi idua ipola i(X idan iY) idapat idituliskan idengan ipola ipembelian iX, iX, iY, iY, iX, iY. i
3. iKelompok iBerpindah iKesetiaan, iloyalitas iadalah isekelompok ikonsumen iyang iberpindah idari isatu imerek ike imerek ilain iitu iberubah iketika ikonsumen iawalnya isetia ipada iMerek iX, itetapi ikemudian iberubah imenjadi iMerek iY idengan ipola ipembelian idapat idituliskan isebagai iX, iX, iX, iY, iY.
4. Kelompok i*Always* i*Moving*, imerupakan ikelompok ikonsumen iyang itidak iloyal iterhadap imerek iapapun, idengan ipola ipembelian idapat idituliskan isebagai iX, iY, iZ, iS, iZ.

**KEPUASAN** i**PELANGGAN**

Kepuasan ipelanggan idiukur isetelah ipelanggan imembandingkan ipengalamannya imembeli ibarang/jasa idari ipenjual iatau ipemasok ibarang/jasa idengan iharapan i ipembeli iitu isendiri. iHarapan itersebut iditentukan ioleh ipengalaman ipertama isaat imembeli isuatu ibarang/jasa, ikomentar idari iteman idan ikenalan idan ijanji idan iinformasi idari ipemasar idan ipesaing. iPemasar iyang iingin ibersinar idi itengah ipersaingan iharus imemperhatikan iharapan idan ikepuasan ipelanggan.

Giese idan iCote idalam iTjiptono i& iDiana i(2015:25) imengidentifikasi itiga ikomponen iutama idalam idefinisi ikepuasan ipelanggan isebagai iberikut. i

1. Jenis ireaksi i(reaksi iemosional i/ iafektif idan ikognitif) idan iintensitas ireaksi i(kuat ike ilemah, iumumnya idinyatakan idalam iistilah iseperti i"sangat ipuas", i"netral", i"sangat isenang", i"frustrasi", idll).
2. Fokus irespon idalam ihal iproduk, ikonsumsi, ikeputusan ipembelian, ipenjual, itoko, idll. i
3. Waktu ireaksi, iyaitu isetelah ikonsumsi, isetelah ikeputusan ipembelian, iberdasarkan ipengalaman, idll.

Kepuasan ipelanggan isecara ikeseluruhan imenunjukkan isikap iterhadap ipenyedia ilayanan iatau ireaksi iemosional iterhadap iperbedaan iantara iapa iyang idiharapkan ipelanggan idan iapa iyang imereka iterima.

**DATA** i**PENJUALAN** i**SUSU** i**KEDELAI** i**UD** i**PAK** i**SUROTO**

Berikut iadalah idata ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Data** i**Penjualan** | **Jumlah** i**Pelanggan** |
| 1 | 2017 | Rp i97.844.000 | 44.000 |
| 2 | 2018 | Rp i6.403.652.000 | 354.637 |
| 3 | 2019 | Rp i600.142.000 | 296.372 |
| 4 | 2020 | Rp i412.686.000 | 224.446 |

*Tabel* i*1.* i*Data* i*Penjualan* i*Susu* i*Kedelai* i*UD* i*Suroto*

Pada itabel idiatas idapat idilihat ibahwa i ipenjualan idan ijumlah ipelanggan i iUD iSusu iKedelai iPak iSuroto imengalami ipenurunan, idengan ipenjualan ipada itahun i2017 imenjadi iRp. i97.844.000 idan ijumlah iklien isebanyak i44.000 iorang, ipada itahun i2018 ipenjualan isebesar iRp. i6.403.652.000 idan ijumlah iklien isebanyak i354.637 iorang, ijumlah ipenjualan itahun i2019 iadalah iRp i600.142.000 idan ijumlah idan ijumlah iklien i296.372 idan i itahun i2020 ijumlah ipenjualan iRp i412.686,00 idan iJumlah iklien i224.446. iPada iTabel i1. idapat idilihat i ibahwa idata ipenjualan isusu ikedelai itidak istabil idari itahun i2017 ihingga i2020, idengan ipenurunan idrastis idari itahun i2018 ihingga i2020.

Menurut ihasil iinformasi idan iwawancara idengan iPak iSuroto, ipemilik iusaha isusu ikedelai, ipermasalahannya iadalah iminat ibeli ipelanggan isusu ikedelai imenurun. iBerdasarkan igejala itersebut, ipenulis imelakukan i4.444 iwawancara idengan ipelanggan isusu ikedelai iPak iSuroto idi ikota iBerastagi. iMereka ipercaya i(1) isusu ikedelai irasanya itidak ienak, i(2) isusu ikedelai imemiliki ikemasan iyang itidak isedap idipandang, i(3) itidak imemiliki itanggal ikedaluwarsa, isehingga ipembeli itidak imengetahui iperiode iakhir isusu ikedelai itersebut, i(4) iharus isegera idikonsumsi ikarena isusu ikedelai itidak itahan ilama idan i(5) ibahan ikemasan iyang idigunakan icenderung ikurang ikuat, isehingga ikemasan isusu ikedelai irentan ipecah idan ibocor ijika ijatuh.

Kepuasan ipelanggan imerupakan isesuatu iyang isangat iberharga iuntuk imenopang ikeberadaan ipelanggan itersebut iagar iperusahaan iatau ibisnis itetap iberjalan. iPelayanan iyang idiberikan ikepada ipelanggan iakan imenentukan ipuas iatau itidaknya iseorang ipelanggan iterhadap ipelayanan iyang idiberikan. iBanyak ibisnis itelah ilama imenyadari ibahwa imemiliki iproduk iberkualitas itinggi itidak icukup iuntuk imenarik ipelanggan iuntuk imembelinya iatau iyang ilebih ipenting imembuat ipelanggan imembeli iproduk iitu ilagi i(Armistead idan iClark, i1996: i2).

**MODEL** i**KEPUASAN** i**PELANGGAN**

Komplain Pelanggan

Kualitas

Nilai Yang Dirasakan

Kepuasan Pelanggan

Kesetiaan Pelanggan

Harapan Pelanggan

Gambar i1. iModel i(ACSI)

Model iIndeks iKepuasan iPelanggan iAS i(ACSI) iadalah iIndeks iKepuasan iPelanggan iAS ipada iGambar i1. iMenurut iIndahingwati i(2019: i41) imenunjukkan isebagai iberikut:

Nilai ikepuasan iyang idirasakan ipelanggan iharus isesuai idengan iharapan iyang idiinginkan ipelanggan, iatau idapat idikatakan i ikepuasan i ipelanggan iterpenuhi iapabila iproduk iatau ijasa iyang idirasakan ipelanggan iatau iyang idiperoleh ipelanggan isesuai idengan iyang idiharapkan ibahwa ipelanggan imemiliki ikeinginan ipelanggan. iModel iACSI imenunjukkan ibahwa ikualitas iyang idirasakan imemiliki iefek ipositif ilangsung ipada ikepuasan ipelanggan, iserta inilai iyang idirasakan idan iharapan ipelanggan; ijika itidak itepat, iitu imemiliki iefek ipositif ipada iloyalitas ipelanggan.

**POLA** i**PEMIKIRAN**

Pemberitahuan

Evaluasi

Pembelian ulang

**SUSU KEDELAI**

**UD PAK SUROTO BERASTAGI**

**KONSUMEN TIDAK PUAS**

**KONSUMEN PUAS**

**LOYALITAS KONSUMEN**

**MENINGKATKAN PENJUALANAN SUSU KEDELAI**

**UD PAK SUROTO BERASTAGI**

Informasi

**KONSUMEN**

Gambar i2. iPola iPemikiran

Catatan: i

Sebagian ibesar ipelanggan iyang imembeli isusu ikedelai imenerima iinformasi i(dari iteman, ikolega, itetangga, idll) itentang ipenjualan itersebut. i

Pelanggan imelakukan ipembelian isusu ikedelai. iSetelah imengkonsumsi iatau imembeli, iPelanggan imemberikan ipenilaian, iyang idapat iberupa ikepuasan ipelanggan iatau iketidakpuasan ipelanggan. iPelanggan iyang ipuas icenderung imelakukan ipembelian iulang, isedangkan ipelanggan iyang itidak ipuas imenilai ipenyebab iketidakpuasan idengan imenganalisis ikembali. iPelanggan iyang ipuas idan i ipembelian iulang iberubah imenjadi ipelanggan iyang iloyal. iDengan iloyalitas iini, ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto iBerastagi iseharusnya imeningkat.

Pelanggan iyang ipuas idan iloyal icenderung imembagikan iinformasi ipositif itentang isusu ikedelai iUD iPak iSuroto iBerastagi ikepada iorang ilain. iDimana iinformasi iini imenarik i4.444 iorang i iyang ibelum ipernah imembeli isusu ikedelai iuntuk imencobanya. iPeningkatan ipelanggan isetia iakan iberdampak ipada ipeningkatan ipenjualan iperusahaan i(Kotler idan iArmstrong, i1997: i49).

**ANALISIS** i**DESKRIPTIF** i**RESPONDEN** i

Deskriptif iresponden ianalisis idalam ipenelitian iini imerupakan igambar iatau ipenjelasan idari ihasil ipengumpulan idata iprimer iyang idiisi ioleh iresponden iyang idikelompokkan iberdasarkan ijenis ikelamin, iusia, idan ipekerjaan.

1. Analisis iDeskriptif iResponden iBerdasarkan iJenis iKelamin

Berdasarkan ihasil ipenelitian idiperoleh itabel idistribusi ifrekuensi ijenis ikelamin iresponden, iyaitu isebagai iberikut: i

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis** i**Kelamin** | **Jumlah** i**Responden** | **Persentase** |
| Laki i– iLaki | 47 | 47 |
| Perempuan | 53 | 53 |
| **Jumlah** | **100** | **100** |

Sumber: iHasil iPenelitian iDiolah i(2021)

*Tabel* i*2.* i*Tabel* i*Distribusi* i*Frekuensi* i*Deskriptif* i*Responden* i*Berdasarkan* i*Jenis* i*Kelamin*

Berdasarkan iTabel i2. idapat idiketahui ibahwa iproporsi iresponden ilaki-laki iadalah i47 idengan iproporsi i47% itidak ikurang idari i53 iresponden iadalah iperempuan idengan ipartisipasi i53%. iDari isini idapat idisimpulkan ibahwa ipembeli isusu ikedelai iperempuan ilebih idominan idi iUD iPak iSuroto idibandingkan ipembeli isusu ikedelai ipria.

1. Analisis iDeskriptif iResponden iBerdasarkan iUsia i

Berdasarkan ioutput ipenelitian imaka idiperoleh itabel idistribusi ifrekuensi iusia iresponden iyg idiuraikan imenjadi iberikut: i

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **Jumlah** i**Responden** | **Persentase** |
| 17-25 | 27 | 27 |
| 26-40 | 28 | 28 |
| 41-55 | 24 | 24 |
| >56 | 11 | 11 |
| **Jumlah** | **100** | **100** |

Sumber: iHasil iPenelitian iDiolah i(2021)

*Tabel* i*3.* i*Tabel* i*Distribusi* i*Frekuensi* i*Deskriptif* i*Responden* i*Berdasarkan* i*Usia*

Berdasarkan itabel i3. imemberitahukan ibahwa isecara iumum idikuasai iumur iresponden ipada imembeli isusu ikedelai iberada idalam iusia i26-40 itahun isebesar i28 iorang imenggunakan ipersentase i28%, iresponden iyg iberusia i17-25 itahun isebesar i27 iorang imenggunakan ipersentase i27%, iresponden iyg iberusia i41-55 itahun isebesar i24 iorang imenggunakan ipersentase i24% iresponden iyg iberusia i>56 itahun isebesar i12 iorang. iDengan ipersentase i12%. iDapat idisimpulkan ibahwa ipelanggan iyang imengkonsumsi isusu ikedelai ipaling ipoly iberada idalam iusia i26-40 itahun i& i17 ihingga i25 itahun.

1. Analisis iDeskriptif iResponden iBerdasarkan iPekerjaan i

Berdasarkan ihasil ipenelitian, itabel idistribusi ifrekuensi ipekerjaan iresponden idigambarkan isebagai iberikut: i

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pekerjaan** | **Jumlah** i**Responden** | **Persentase** |
| Pelajar | 14 | 14 |
| Ibu iRumah iTangga | 36 | 36 |
| Petani | 25 | 25 |
| Wiraswasta | 14 | 14 |
| Buruh iBangunan | 11 | 11 |
| **Jumlah** | **100** | **100** |

Sumber: iHasil iPenelitian iDiolah i(2021)

*Tabel* i*4.* i*Tabel* i*Distribusi* i*Frekuensi* i*Deskriptif* i*Responden* i*Berdasarkan* i*Pekerjaan*

Berdasarkan iTabel i4. iterlihat ibahwa iresponden idengan iaktivitas ipelajar isebanyak i14 iorang idengan iprosentase i14%, i36 iorang ibekerja isebagai iibu irumah itangga idengan ipartisipasi i36%, ibekerja isebagai ipetai isebanyak i25 iorang idengan ipartisipasi i25%, isebanyak i14 iorang ibekerja isebagai iwiraswasta idengan ipartisipasi i14% iresponden iyang ibekerja isebagai iburuh ibangunan, inaik imenjadi i11 iorang idengan isaham i11%. iDari isini idapat idisimpulkan ibahwa iresponden iyang iberprofesi isebagai iibu irumah itangga ilebih ibanyak imembeli isusu ikedelai.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan ihasil ipenelitian iyang idilakukan iuntuk imenganalisis iloyalitas idan ikepuasan ipelanggan iterhadap itingkat ipenjualan isusu ikedelai iUD iPak iSuroto, imaka ikesimpulan idari ipenelitian iini iadalah isebagai iberikut: i

1. Berdasarkan ihasil ianalisis ideskriptif iresponden, idiketahui ibahwa iresponden isetuju idengan ipernyataan ikedua, idimana i56% idari i100 iresponden isetuju iuntuk imerekomendasikan isusu ikedelai.
2. Terlihat idari idata ipenjualan isusu ikedelai iyang ikian imenurun isejak itahun i2018 ihingga i2020 imenunjukkan ibahwa ikurangnya ikepuasan ipelanggan iterhadap iproduk iyang idibeli imenjadikan iminat imembeli ipelanggan imenjadi iberkurang ipula. iDari ihal itersebut idapat ikita isimpulkan ibahwa ijika ipelanggan itidak imerasa ipuas idengan iproduk ikita imaka iminat ibeli imereka ipun iberkurang idan itidak iloyal ipada iperusahaan ikita isehingga iperusahaan ipun imendapat iakibat ipenurunan inilai ipenjualan. iMaka idari iitu, idemi imenigkatnya inilai ipenjualan imaka ikita iperlu imemperhatikan ikualitas iproduk iagar ipelanggan imerasa ipuas idan imenjadi iloyal.
3. Kepuasan ipelanggan ilebih iberfokus ipada iperasaan isenang iatau ikecewa iseseorang i isetelah imembandingkan ipendapat imereka itentang iproduk iatau ilayanan idengan iharapan imereka. iDari ipenjelasan idi iatas idapat idisimpulkan ibahwa iketika ibarang iyang idibeli ipelanggan imemenuhi iharapan imaka itimbul ikepuasan idan isebaliknya itimbul iperasaan ikecewa iatau itidak ipuas. iJika ikepuasan ipelanggan imelebihi iharapan, ipelanggan ibenar-benar ipuas, imelakukan ipembelian iulang, idan imembuat irekomendasi ikepada irekan ikerja isehingga ipenjualan idiharapkan imampu imeningkat.

**SARAN**

Berdasarkan ipembahasan idan ikesimpulan idi iatas, imaka isaran iyang idapat idiberikan isebagai iberikut: i

1. UD iSusu iKedelai iPak iSuroto iperlu imemperbaiki itampilan ikemasan iproduk idan imelengkapi ilabel i iproduk iuntuk imeningkatkan ijumlah ipelanggan idan ikepuasan ipelanggan iyang idiharapkan ipelanggan. i
2. Kualitas iproduk irasa isusu ikedelai itidak iboleh iberubah iuntuk imeningkatkan ijumlah ipelanggan, ijika irasa isusu itidak ipernah iberubah idan itidak imenjadi itengik iatau imengeluarkan iaroma iyang itidak isedap, imaka ipelanggan iakan ipercaya ibahwa ikedelai isusu i ibermanfaat ibagi ikesehatan. i
3. Perlu imemperluas ipemasaran iproduk, ipemasaran iproduk iyang ilebih iluas iakan imeningkatkan ijumlah ipelanggan idan imeningkatkan ijumlah ipenjualan. iPemasaran idapat idiperluas idengan imembuka icabang ibaru idi idaerah ilain.
4. Di ibidang iproduksi isusu ikedelai idan ipemasaran isusu ikedelai, iharus idiperhatikan ikebersihannya. iKaryawan iyang ibertanggung ijawab idalam ipemasaran isusu ikedelai iharus imemakai ipakaian iyang ibersih idan irapi, ihal iini isangat imempengaruhi iniat ibeli ipelanggan. i
5. Peneliti itambahan iuntuk imengembangkan idan imenyempurnakan ibahan ipenelitian iini iharus imempertimbangkan idan imemasukkan ibeberapa ivariabel ilain iyang itidak iditeliti idalam ipenelitian iini iyang iberpotensi imempengaruhi ivariabel ikepuasan ipelanggan isaat imembeli isusu ikedelai.

**DAFTAR** i**PUSTAKA**

Armistead, C. d. (1996). *Customer Service and Support (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan).* Jakarta: PT Elex Media Komputindo-Kelompok Gramedia.

Engel, J. R. (1995). *Consumer Behaviour. Eighth edition.* Fort Worth: The Dryden Press.

Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan Sim Corner di Indonesia.* Surabaya: CV Jakad Publishing.

Kotler, P. d. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga, Jilid I.* Jakarta: Penerbit PT Prenhallindo.

Lovelock, C. d. (1999). *Principles of Service Marketing and Management.* New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Prihastono, E. (2015). Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web. *Jurnal eknologi Informasi Universitas Stikubank Semarang*, Vol. VI, No. 1. Halaman 18 – 19.

Rohaeni, H. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2. Halaman 314.

Rupantra. (2021). iAnalisis 1Pengaruh iKualitas iProduk iTerhadap iKepuasan iPelanggan iSusu iKedelai iUD iPak iSuroto iBerastagi. i*Universitas iQuality iBerastagi*.

Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Theresia Widyaratna, D. F. (2001). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 85-95.