

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN AYAM KAMPUNG (*Gallus gallus domesticus*)**  
(Studi Kasus: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut  
Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NASHA RAMADANSYAH SEBAYANG**  
**NPM : 1804300133**  
**Program Studi : Agribisnis**



**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2024**

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBELIAN AYAM KAMPUNG (*Gallus gallus domesticus*)  
(Studi Kasus: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut  
Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)


SKRIPSI

Oleh:

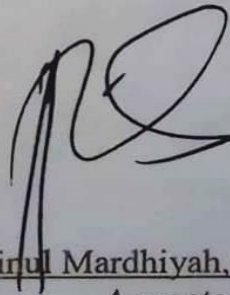
NASHA RAMADANSYAH SEBAYANG  
1804300133  
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata S1 Pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Dr. Muhammad Thamrin S.P., M.Si.  
Ketua



Dr. Airul Mardhiyah, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh:  
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus : 05-01-2024

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Nasha Ramadansyah Sebayang  
NPM : 1804300133

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Kampung (*Gallus gallus domesticus*) (Studi Kasus: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Juni 2024



Nasha Ramadansyah Sebayang

## RINGKASAN

**Nasha Ramadansyah Sebayang, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Kampung (*Gallus gallus dosmetic*) (Studi Kasus: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”** Dibimbing oleh: Dr. Muhammad Thamrin S.P., M.Si., selaku ketua komisi pembimbing, dan Dr. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing skripsi. Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Datuk Kabu pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung serta mengetahui atribut-atribut apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung. Penelitian ini menggunakan metode Kuisisioner dalam pengumpulan data dengan menwawacarai responden. Metode analisis data yang digunakan penelitian ini berupa *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung masuk ke kategori “Sangat Puas” dengan nilai CSI sebesar 81,93 (82%). Atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung berupa tempat usaha, potongan ayam rapi, dan kemudahan dalam memperoleh.

## SUMMARY

**Nasha Ramadansyah Sebayang, “Analysis of Consumer Satisfaction Levels Regarding Purchasing Ayam Kampung (Gallus gallus dosmetic) (Case Study: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”** Supervised by: Dr. Muhammad Thamrin S.P., M.Sc., as chairman of the thesis supervisory commission, and Dr. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Sc., as member of the thesis supervisory commission. This research was conducted at the traditional market Datuk Kabu Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. The purpose of this research is to determine consumer satisfaction with purchasing ayam kampung at Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung and to find out what attributes influence consumer satisfaction with purchasing ayam kampung at Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung. This research uses a questionnaire method in collecting data by interviewing respondents. Metode analisis data yang digunakan penelitian ini berupa Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). The research results show that consumer satisfaction with purchasing free-range chicken at Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung is in the "Very Satisfied" category with a CSI value of 81.93 (82%). Attributes that can influence consumer satisfaction with purchasing free-range chicken at Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung include business location, neat chicken cuts, and ease of obtaining.

## **RIWAYAT HIDUP**

**Nasha Ramadansyah Sebayang**, lahir pada tanggal 14 Desember 1999 di Pematang Siantar. Anak dari pasangan Ayahanda Syamsul Sulaiman Sebayang dan Ibunda Ernawati Daulay yang merupakan anak kedua dari lima bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2012 telah menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di SD - SMP Al-Mukmin. Bandar Khalipah. Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.
2. Tahun 2015 telah menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 35 Medan. Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan, Bandar Selamat, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
3. Tahun 2018 telah menyelesaikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 11 Medan. Jalan Pertiwi no. 93 Medan, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2018 melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain:

1. Tahun 2018 mengikuti PKKMB Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2018 mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian UMSU.

3. Tahun 2021 melakukan Uji Kerja Lapangan (PKL) di Kelompok Tani Juli Tani Lubuk Pakam Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2021 melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sidodadi Ramunia Dusun Jogja kecamatan Bringin, Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara.
5. Tahun 2021 mengikuti Uji Kompetensi Kewirausahaan di UMSU.
6. Tahun 2021 mengikuti Ujian *Test of English as a Foreign Language* (TOEFL) di UMSU.
7. Tahun 2023 melakukan Penelitian Skripsi di Pasar Tradisional Datuk Kabu Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

## **KATA PENGANTAR**

### **Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh**

Alhamdulillah segala puji saya persembahkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran senantiasa mengiringi disetiap langkah penyusunan karya ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan orang-orang yang mengikuti sampai hari pembalasan. Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN AYAM KAMPUNG (*Gallus gallus domesticus*) (Studi Kasus: Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengalami banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penyusunan, segi bahasa maupun segi penulisannya. Penulis juga menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian ini. Oleh sebab itu, saya selaku penulis pada penelitian ini mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sebagai bekal pengalaman untuk menjadi yang lebih baik pada masa yang akan datang. Pada kesempatan ini juga penulis ingin menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada:

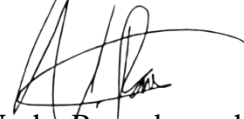


1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib S.P., M.P., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap S.P., M.P., selaku ketua prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Muhammad Thamrin S.P., M.Si., selaku ketua komisi pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.
6. Ibu Dr. Ainul Mardiyah S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan kritik, dan saran kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf pengajar di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis.
8. Kedua orangtua penulis, Ayah Syamsul Sulaiman Sebayang dan Ibunda Ernawati Daulay yang penuh kesabaran dalam memberikan arahan dan dorongan baik berupa moral maupun berupa material serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara terutama teman-teman dari

Agribisnis 3 stambuk 2018 yang mana telah banyak membantu serta memberi semangat kepada peneliti dalam penyelesaian Penelitian ini.

Medan, Juni 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nasha Ramadansyah Sebayang', written over a horizontal line.

Nasha Ramadansyah Sebayang

## DAFTAR ISI

|                                       | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| RINGKASAN .....                       | i       |
| SUMMARY .....                         | ii      |
| RIWAYAT HIDUP.....                    | iii     |
| KATA PENGANTAR .....                  | v       |
| DAFTAR ISI.....                       | viii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                   | x       |
| DAFTAR TABEL.....                     | xi      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                  | xii     |
| PENDAHULUAN .....                     | 1       |
| Latar Belakang.....                   | 1       |
| Rumusan Masalah.....                  | 3       |
| Tujuan Penelitian .....               | 4       |
| Manfaat Penelitian .....              | 4       |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                 | 5       |
| Ayam Kampung.....                     | 5       |
| Kepuasan Konsumen .....               | 7       |
| Keputusan pembelian .....             | 9       |
| Pembelian .....                       | 11      |
| Kualitas Produk .....                 | 12      |
| Kualitas Pelayanan .....              | 13      |
| Harga .....                           | 14      |
| Penelitian Terdahulu.....             | 15      |
| Skema Kerangka Pemikiran .....        | 16      |
| METODE PENELITIAN.....                | 19      |
| Metode Penelitian .....               | 19      |
| Metode Penentuan Lokasi .....         | 19      |
| Metode Penarikan Sampel .....         | 19      |
| Metode Pengumpulan Data .....         | 20      |
| Metode Analisis Data .....            | 21      |
| Definisi Dan Batasan Operasional..... | 26      |

|  |    |
|--|----|
| DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....                      | 28 |
| Gambaran Umum .....  | 28 |
| Lokasi Penelitian .....                                    | 28 |
| Keadaan Penduduk .....                                     | 29 |
| Karakteristik Responden.....                               | 29 |
| Profil Responden Berdasarkan Usia .....                    | 30 |
| Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....        | 31 |
| Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ..... | 32 |
| Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....      | 33 |
| Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                | 34 |
| Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....    | 35 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                  | 36 |
| Hasil Penelitian.....                                      | 36 |
| Uji Validitas.....   | 37 |
| Uji Reliabilitas .....                                     | 37 |
| <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....             | 38 |
| <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....         | 39 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....                                  | 43 |
| Kesimpulan .....   | 43 |
| Saran .....  | 43 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                       | 45 |
| LAMPIRAN.....  | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor. | Judul  | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1.     | Skema Kerangka Pemikiran.....  | 17      |
| 2.     | Diagram Kartesius .....  | 26      |
| 3.     | Diagram Kartesius IPA Faktor Ayam Kampung Datuk Kabu<br>Pasar 3..... | 40      |

## DAFTAR TABEL

| Nomor. | Judul   | Halaman |
|--------|---|---------|
| 1.     | Layout Instrumen Penelitian .....                           | 18      |
| 2.     | Skala Likert.....   | 21      |
| 3.     | Sebaran Responden Berdasarkan Usia.....                     | 30      |
| 4.     | Sebaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....       | 31      |
| 5.     | Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ..... | 32      |
| 6.     | Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....     | 33      |
| 7.     | Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....               | 34      |
| 8.     | Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....     | 35      |
| 9.     | Data Pembelian Ayam Kampung /bulan di Datuk Kabu Pasar 3    | 36      |
| 10.    | Hasil Uji Reliabilitas.....                                 | 38      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor. | Judul  | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1.     | Data Kuisisioner Konsumen Tingkat Kepentingan Ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3..... | 48      |
| 2.     | Data Kuisisioner Konsumen Tingkat Kinerja Ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3 .....    | 49      |
| 3.     | Data Responden Terhadap Pembelian Ayam Kampung.....                                | 51      |
| 4.     | Data Pelaku Usaha .....  | 52      |
| 5.     | Hasil Customer Saticfation Index .   | 52      |
| 6.     | Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> .....                                 | 53      |
| 7.     | Hasil Uji Validitas.....   | 54      |
| 8.     | Kuesioner Penelitian .....   | 55      |

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Ketika seseorang melakukan pembelian jasa maupun barang dan kemudian adanya perasaan senang setelah mendapatkan barang atau jasa tersebut maka rasa senang itu dapat dikatakan sebagai kepuasan. Kepuasan dapat menunjukkan seorang konsumen merasa senang atau tidaknya pada suatu kinerja dari suatu pelaku usaha atau perusahaan. Kepuasan konsumen dapat berdampak pada tinggi rendahnya penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha atau perusahaan. Oleh karena itu beberapa perusahaan akan mengutamakan kepuasan konsumen untuk dapat mengevaluasi kinerja perusahaan.

Kepuasan merupakan sikap seseorang yang merasakan rasa senang ataupun rasa kecewa terhadap beberapa indikator pada suatu barang ataupun jasa. Terdapat 5 (lima) indikator yang mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan masyarakat pada suatu hal yakni, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga jual, cara mengakses barang, dan promosi barang atau jasa. Konsumen cenderung mencari atau berpindah ke pelaku usaha atau perusahaan lain, jika rasa kepuasan yang dia dapatkan kurang dari apa yang dia mau. Akibat dari hal tersebut, pelaku usaha atau perusahaan akan mengalami berkurangnya keuntungan yang diinginkan. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.

Untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan maka seseorang itu perlu melakukan pembelian. Makna dari pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan dengan mengeluarkan sejumlah uang untuk memperolehnya. Sebelum terjadinya transaksi,



konsumen akan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan terlebih dahulu lalu mengevaluasi informasi tersebut dan membeli barang atau jasa. Tindakan yang dilakukan konsumen tersebut merupakan keputusan pembelian. Dengan mempertimbangkan apa yang ingin dibeli oleh konsumen, pelaku usaha harus dapat meningkatkan hasil untuk mengikat rasa puas konsumen. Sehingga konsumen akan mendapatkan rasa puas terhadap hasil atau kinerja yang didapatkan dari pelaku usaha atau perusahaan akan kembali dan melakukan pembelian ulang pada masa kedepannya. Dengan melakukan pembelian ulang pada lain harinya, konsumen akan mendapatkan rasa kepuasan kembali.

Ayam kampung (*Gallus gallus domesticus*) merupakan salah satu jenis unggas lokal yang banyak disukai oleh masyarakat di Indonesia. Karena harganya yang tinggi, beberapa orang memelihara atau menternak ayam kampung sendiri untuk tujuan mencari keuntungan atau penghasilan tambahan maupun sebagai hobi mereka sendiri. Masyarakat relative menggunakan ayam kampung untuk digunakan sebagai hidangan untuk hari-hari khusus, tidak seperti ayam broiler yang digunakan sebagai kebutuhan pokok (hidangan sehari-hari).

Datu Kabu Pasar 3 merupakan salah satu pasar tradisional yang ramai dikunjungi oleh masyarakat untuk berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Datuk Kabu Pasar 3 terletak di Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Datuk Kabu Pasar 3 biasanya selalu diramaikan dengan konsumen baik pada hari biasa maupun hari besar. Pelaku usaha yang melakukan penjualan di pasar 3 Datuk Kabu lebih dominan menjual kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran dan menjual ayam potong dan ayam kampung. Dilihat banyaknya konsumen yang mengunjungi pasar 3, ada beberapa

konsumen yang melakukan pembelian ayam kampung. Dan ada beberapa masyarakat juga ada yang menjual ayam kampung mereka sendiri untuk mendapatkan keuntungan. Ada beberapa konsumen yang memesan ayam kampung untuk party besar menjelang hari-hari besar.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 relatif cukup tinggi bagi sebuah pasar yang dapat dikatakan relative kecil. Walaupun masih katagori pasar kecil, pasar Datuk Kabu pasar 3 tembung ramai dikunjungi oleh masyarakat sekitar khususnya pada hari pekan. Pelaku usaha yang menjual ayam kampung sudah ada 3 (tiga) orang. Dari hal tersebut, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung dan atribut apa saja yang mempengaruhinya.

### **Rumusan Masalah**

Dalam sebuah penelitian, para peneliti akan menggunakan rumusan masalah. Fungsi dari rumusan masalah ialah untuk menentukan tujuan atau mengidentifikasai masalah yang terjadi. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung?
2. Atribut-atribut apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung?

### **Tujuan Penelitian**

Jika sebuah penelitian ada rumusan masalah, maka dalam penelitian tersebut juga ada tujuan penelitian. Fungsi dari tujuan penelitian adalah mendapatkan tujuan akhir dari suatu masalah. Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung
2. Untuk mengetahui atribut-atribut apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung

### **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini bermanfaat kepada:

1. Pedagang ayam, sebagai masukan dan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap ayam kampung sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas ayam kampung untuk dipasarkan.
2. Penulis, sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana dan sebagai sarana dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, serta menambah dan memperluas pengetahuan dalam bidang kewirausahaan dan ekonomi.
3. Pembaca, sebagai sumber referensi dan informasi dalam menganalisis perbandingan antara kepuasan pelanggan dengan hasil yang diberikan oleh pelaku usaha ayam Kampung di Datuk Kabu Pasar 3.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Ayam Kampung**

Ayam kampung (*Gallus gallus domesticus*) merupakan salah satu jenis unggas yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Dengan memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan jenis unggas yang lainnya, ayam kampung banyak diminati oleh masyarakat. Salah satu kelebihan dari ayam kampung yakni: pemeliharaan yang relative mudah dan sederhana, mempunyai ketahanan tubuh yang tinggi, harga jual yang tinggi dan memiliki daging yang lebih bergizi dibandingkan unggas yang lain. Oleh karena itu, ayam kampung mempunyai peranan sebagai sumber daging yang berkhasiat. Masyarakat juga menggunakan telur ayam kampung sebagai sumber protein. Tidak hanya daging ayam kampung maupun telur ayam kampung yang dimanfaatkan oleh masyarakat, sebagian masyarakat juga menggunakan kotoran ayam kampung sebagai pupuk tanaman.

Ayam kampung merupakan unggas yang telah memasyarakat dan paling banyak disukai oleh masyarakat, baik itu kalangan muda ataupun kalangan tua. Salah satu keuntungan dalam memelihara ayam kampung adalah, peternak dapat memproduksi DOC sendiri. Banyak Masyarakat memanfaatkan hal tersebut untuk diperjualbelikan DOC sendiri dengan tujuan mendapatkan income tambahan. Selain DOC, masyarakat juga memperjualkan daging ayam kampung sebagai pendapatan utama. (Dewi, 2013) menyatakan bahwa daging ayam kampung merupakan salah satu komoditi peternakan yang dibutuhkan untuk memenuhi protein hewani asal ternak, dimana protein dagingnya mengandung susunan asam amino yang lengkap.

Klasifikasi merupakan suatu tindakan pengelompokan yang dilihat berdasarkan persamaan atas fisiknya ataupun ciri-ciri lainnya. Klasifikasi ayam kampung secara zoologis yaitu:

Kingdom : Animalia

Phylum : Chordata

Class : Aves

Subclass : Neornithes

Ordo : Galliformes

Famili : Phasianidea

Genus : Gallus

Spesies : Gallus gallus domesticus

Ayam kampung memiliki ciri yang berbeda dengan sesama jenisnya. Mulai dari warna pada bulu yang berbeda, besarnya ukuran tubuh yang berbeda, ataupun tingkat kemampuan produksi yang berbeda merupakan bukti ciri khas ayam kampung. Ayam kampung memiliki warna bulu yang bervariasi mulai dari berwarna merah, coklat putih kuning keemasan ataupun kombinasi dari warna-warna tersebut. Menurut (Jusman, 2021) ayam kampung di Indonesia mempunyai ciri-ciri yaitu bentuk tubuh ramping, dan padat dengan pertumbuhan daging yang relatif baik. Ayam kampung masih satu famili dengan ayam hutan yakni Phasianidea.

## **Kepuasan Konsumen**

Menurut (Sumartini dan Tias, 2019) menjelaskan bahwa, kepuasan konsumen adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Yang dimana hasil dari penilaian akan memunculkan rasa puas atau tidak puas yang didapatkan oleh konsumen. Kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen pada saat itu merupakan tingkat kepuasan konsumen (*customer satisfaction*).

Kepuasan konsumen digunakan sebagai tolak ukuran untuk mengetahui kualitas mutu produk atau layanan yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Jika kepuasan konsumen tercapai maka bisa diarti bahwa kualitas mutu layanan yang diberikan pelaku usaha mampu memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen yang terpenuhi akan memunculkan rasa puas dan akan kembali melakukan pembelian ulang. Menurut (Rahmawati, 2016) ada empat cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen antara lain :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan akan menyiapkan tempat khusus untuk saran ataupun keluhan. Rata-rata perusahaan biasa menggunakan kotak untuk tempat penyampaian saran dan keluhan. Hal ini akan mempermudah konsumen dalam menyampaikan keluhan kepada perusahaan.

## 2. Survei kepuasan konsumen

Perusahaan akan melakukan survey untuk mengukur nilai kepuasan konsumen. Survei biasanya berisikan beberapa pertanyaan yang bersangkutan dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

## 3. Konsumen bayangan (*ghost shopping*)

Perusahaan akan mengirimkan beberapa orang untuk mengintai perusahaan pesaingnya. Orang dari perusahaan tersebut akan mencari kelemahan dan kekurangan yang dimiliki oleh pesaingnya.

## 4. Konsumen yang berpindah

Ketika seorang konsumen yang sering datang kepada suatu perusahaan, lalu konsumen tersebut tidak lagi datang ke perusahaan tersebut. Maka perusahaan tersebut akan berusaha menghubungi konsumen untuk mendapatkan informasi sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik untuk kedepannya.

Seorang konsumen akan merasa puas apabila suatu barang atau jasa yang ditawarkan memenuhi ekspektasinya. Jika konsumen mendapatkan barang atau jasa tersebut melampaui ekspektasinya maka konsumen akan sangat puas. Dan juga sebaliknya, Jika konsumen mendapatkan barang barang atau jasa tersebut tidak dapat memenuhi ekspektasinya maka konsumen tidak mendapatkan rasa puas. Menurut (Daga, 2017) berpendapat bahwa ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional dan kemudahan. Dalam penelitian kali ini, peneliti hanya akan menggunakan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebagai faktor yang berpeluang tinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan melihat bagus buruknya suatu produk yang ditawarkan, konsumen akan menentukan barang tersebut akan dibeli atau tidak. Merasakan kualitas yang bagus, akan memunculkan rasa puas yang dirasakan konsumen, dan jika dirasa kualitas itu kurang bagus maka konsumen merasa kurang puas akan produk itu.

### 2. Kualitas Pelayanan

Baik buruknya suatu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi emosional konsumen. Dari emosional konsumen itu, kepuasan konsumen akan terbentuk. Semakin bagus pelayanan yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang didapatkan. Dan semakin buruk pelayanan yang ditawarkan maka semakin rendah kepuasan konsumen yang didapatkan.

### 3. Harga

Harga menjadi salah satu penyebab konsumen mau mengambil keputusan untuk membeli. Konsumen akan rela mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan jika konsumen merasa harga tersebut dirasa cocok dengan membayarnya. Dengan dirasa cocok dengan harga, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan tersendiri.

## **Keputusan Pembelian**

Menurut (Anwar, 2015) Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Sebuah perusahaan perlu memahami sebagaimana konsumen mengambil sebuah keputusan, agar perusahaan



bisa membuat suatu strategi untuk meningkatkan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Adapun faktor yang dapat menentukan mengambil keputusan pembelian terhadap suatu barang atau jasa diantaranya:

1. Keputusan pembelian terhadap produk yang tersedia
2. Keputusan pembelian terhadap harga yang diberikan
3. Keputusan pembelian terhadap pelayanan yang diberikan

Menurut (Br Kabeakan, 2020) proses keputusan konsumen dibagi kedalam tiga (3) tahapan yaitu tahap pra pembelian, tahap konsumsi dan tahap evaluasi purna beli. Tahap pra pembelian merupakan aktifitas konsumen sebelum melakukan pembelian yang berupa mengumpulkan informasi, dan mengevaluasi kebutuhan. Tahap konsumsi merupakan tahapan setelah pra pembelian atau dapat dikatakan sebagai tahan menggunkan barang atau jasa. Tahap evaluasi purna beli merupakan aktifitas yang dilakukan untuk mengevaluasi kualitas barang atau jasa yang telah didapatkan.

Menurut (Lubis, 2015) Keputusan pembelian merupakan perilaku yang ditujukan untuk orang-orang yang merencanakan membeli barang-barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk pelaku usaha, keputusan pembelian merupakan suatu hal yang harus dipertimbangkan yang dimana keputusan tersebut dapat mempengaruhi besarnya jumlah penjualan. Sedikit kesalahan dalam menangkap informasi dapat mempengaruhi kesuksesan penjualan produk yang perusahaan tawarkan. Keputusan pembelian adalah serangkaian tahapan mengevaluasi suatu barang atau jasa yang membuat para konsumen akan menyusun daftar barang yang akan dibeli. Tahap evaluasi inilah para konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak.

## **Pembelian**

Menurut (Fanny, 2021) pembelian merupakan suatu tindakan untuk mendapatkan barang atau jasa yang kemudian akan dipergunakan sendiri atau dijual kembali. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, pembelian adalah sebuah tindakan untuk memperoleh suatu barang ataupun jasa yang bertujuan memenuhi kebutuhan tertentu, yang dimana tindakan tersebut mengharuskan konsumen mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut.

Setelah konsumen melakukan pembelian barang atau jasa yang diinginkan dan adanya perasaan puas yang diberikan oleh pelaku usaha setelah melakukan pembelian, konsumen cenderung akan kembali lagi ke tempat tersebut yang dimana konsumen akan melakukan pembelian ulang pada hari berikutnya. Menurut (Sugiharto dan Renata, 2020) pengertian pembelian ulang (*repeat buying*) adalah kecenderungan perilaku membeli dari pelanggan pada toko yang berulang dalam jangka waktu tertentu yang didasarkan dari pengalaman masa lalunya ketika berbelanja ditoko.

Menurut (Kusumaningsih dan Ismunawan, 2022) terdapat dua jenis pembelian antara lain: Pembelian tunai / *cash* merupakan pembelian yang dilakukan dengan sistem sekali bayar atau lunas untuk untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan sesuai dengan keperluan atau aktivitas perusahaan. Pembelian tunai sering kali digunakan dalam kegiatan sehari-hari seperti membeli kebutuhan pokok. Dan pembelian kredit merupakan pembelian yang dilakukan dengan sistem pembayaran cicilan atau bertahap untuk mendapatkan barang-barang yang dibeli dari supplier sesuai dengan kesepakatan dari kedua belah pihak. Pembelian kredit

biasanya digunakan untuk membeli barang-barang mewah ataupun barang yang cukup mahal seperti menyicil sepeda motor.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pada produk maupun jasa merupakan hal utama yang wajib diperhatikan oleh produsen ataupun penjual dalam menjalankan sebuah bisnis baik kecil maupun besar. Menurut (Daga, 2017) Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Atribut bernilai lainnya merupakan nilai tambah pada barang tersebut, menurut (Thamrin dkk., 2018) konsep nilai tambah adalah suatu pengembangan nilai yang terjadi karena adanya input fungsional seperti perlakuan dan jasa yang menyebabkan bertambahnya kegunaan dan nilai komoditas selama mengikuti arus komoditas. Dengan adanya penambahan nilai pada suatu produk maka produk tersebut juga akan meningkatkan harga jual pada produk tersebut.

Hal utama yang diperhatikan oleh konsumen untuk menentukan produk tersebut dibeli atau tidak oleh konsumen merupakan tampilan atau keadaan suatu barang atau jasa yang dimana akan membuat para pelanggan tertarik untuk membelinya. Menurut (Nuristiгомah dkk., 2020) Kualitas produk merupakan produk yang bebas dari kerusakan, berarti produk sesuai dengan standart (sasaran, target, diobservasi dan diukur). Produk yang berkualitas dapat mempengaruhi harga pada produk tersebut. Karena kualitas akan selalu dihubungkan dengan besarnya harga yang ditawarkan. Sudah jadi rahasia umum jika kualitas produk yang

ditawarkan tersebut berkondisi bagus maka harga produk tersebut akan menjadi mahal.

Kualitas produk adalah atribut penentu dalam kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan menggunakan produk tersebut (Puspitasari, 2016). Produk akan dinilai berdasarkan dari kondisi barang atau produk yang ditawarkan dengan kesesuaian standar yang telah ditentukan. Hal ini perlu diperhatikan oleh pelaku usaha dalam menjalankan suatu bisnis. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk merupakan tugas utama bagi pelaku usaha dalam menjalankan suatu bisnis untuk menghindari konsumen yang beralih ke pelaku usaha lain .

### **Kualitas Pelayanan**

Pengertian customer service secara umum dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan pelaku usaha yang diperuntukkan atau ditunjukkan kepada konsumen. Melalui pelayanan yang berkualitas, pelaku usaha dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsumen dapat menilai pelayanan pelaku usaha bermutu atau tidaknya dari prosedur layanan dan sikap dari pelaku usaha itu sendiri. Menurut (Fernandes dan Marlius, 2018) mengatakan bahwa konsumen cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari dua cara pandang, yaitu :

1. Mencangkup sistem dan prosedur yang lebih tertata.
2. Pelayanan yang berhubungan dengan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan dalam berinteraksi dengan konsumen.

Menurut (Rohaeni dan Marwa, 2018) menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen. Sebuah perusahaan atau pelaku usaha perlu menjaga kualitas pelayanan

yang diberikan, agar dapat bersaing atau lebih hebat dari perusahaan yang lain. Suatu pelayanan yang dikatakan bagus ketika suatu kinerja atau hasil yang didapatkan oleh konsumen sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dan suatu pelayanan yang dikatakan buruk ketika suatu kinerja atau hasil yang diberikan oleh perusahaan. Maka suatu perusahaan atau pelaku usaha harus bisa mengetahui apa saja yang diharapkan ataupun diinginkan oleh konsumen.

Menurut (Normasari dkk., 2013) menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan. Keberhasilan karyawan atau pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bisa berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada citra perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka citra perusahaan akan menjadi lebih bagus dimata masyarakat. Begitu dengan sebaliknya, semakin buruk pelayanan yang diberikan maka citra perusahaan akan menjadi buruk dimata masyarakat.

### **Harga**

Harga adalah sejumlah nominal atau tarif yang wajib dibayar oleh seseorang untuk dapat memperoleh suatu barang atau jasa yang kita butuhkan. Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen atau pembeli merasakan rasa puas atas barang atau jasa yang penjual berikan. Menurut (Sianipar, 2019) menjelaskan bahwa harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.

Secara sederhana istilah harga menurut (Gofur, 2019), merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Konsumen akan menjadikan harga sebagai tolak ukur dari suatu barang atau jasa. Tidak hanya itu, harga sering kali digunakan sebagai perbandingan antara suatu produk dengan produk lainnya. Konsumen akan merasa puas jika merasa harga cocok dengan manfaat produk. Dan konsumen akan merasa tidak puas jika merasa harga tidak cocok dengan manfaat produk.

Menurut (Kodu, 2013), harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Pelaku usaha atau perusahaan perlu menentukan atau menetapkan harga pada produk yang diperjualbelikan. Menentukan harga jual pada suatu produk tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan harga pada suatu produk. Seiring berjalannya waktu, harga pada produk akan berubah. Hal ini disebabkan adanya atribut-atribut yang mempengaruhinya. Maka perusahaan harus mampu menentukan harga pada produk yang ditawarkan untuk dapat bersaing dan tidak mengalami kerugian.

### **Penelitian Terdahulu**

(Wulandari dkk., 2022) melakukan penelitian yang berjudul tingkat kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian pempek NR di Kota Lampung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan pola pembelian pempek NR. Analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini berupa *Customer satisfaction index* (CSI) dan *Important Perfomance Analysis* (IPA). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 50 sampel. Hasil

penelitian pada tingkat kepuasan konsumen berada pada kriteria puas dengan nilai 78,35 persen.

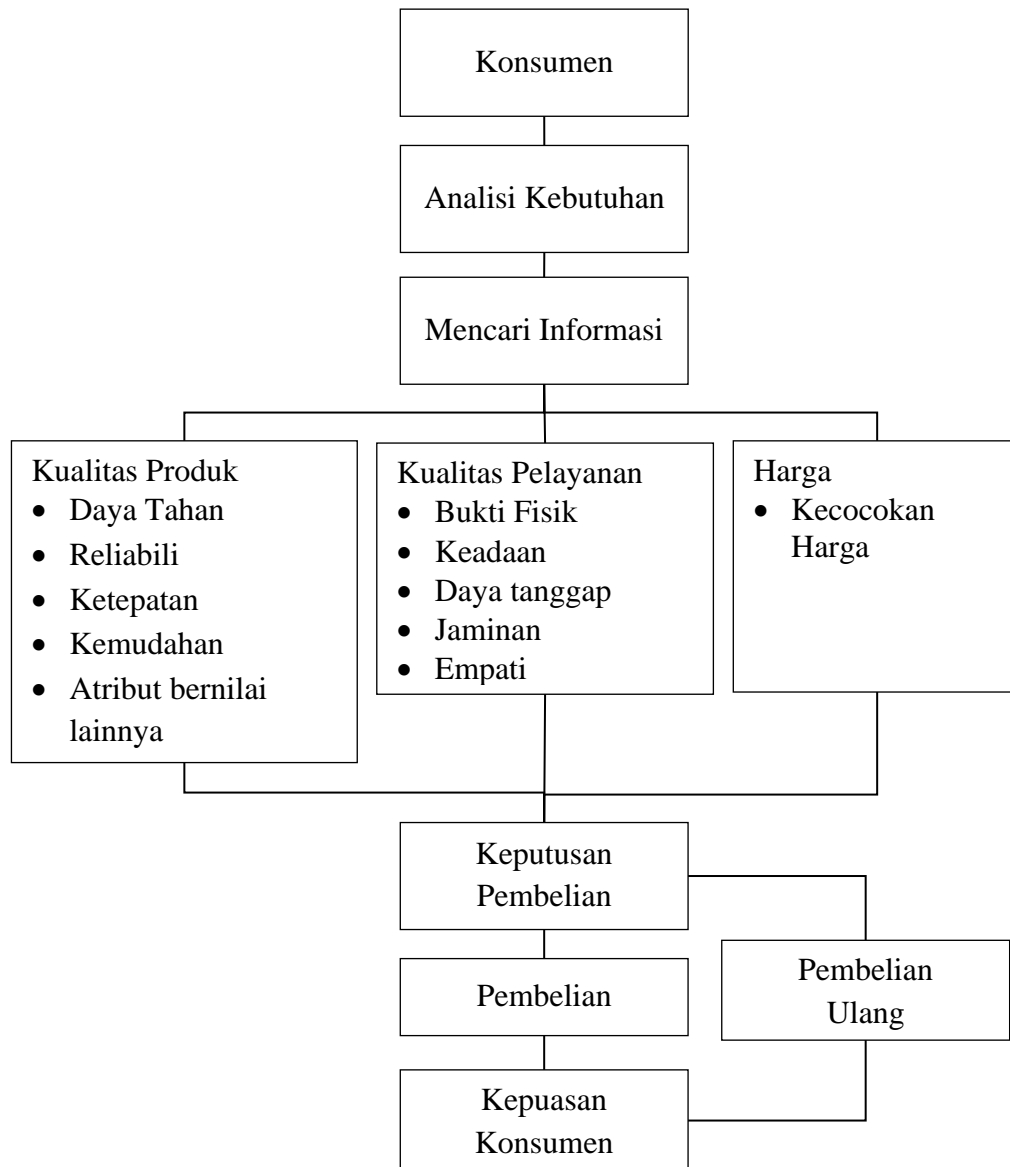
(Aulia dan Hidayat, 2017) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Amanda Brownies. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada outlet Amanda.

(Siregar, 2019) melakukan penelitian analisis tingkat kepuasan Konsumen terhadap sayur organik (studi kasus : Brastagi supermarket, Jl. Cut Mutia, Kota Medan)". Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik. Metode penelitian dilakukan dengan studi kasus (case study) dan analisis deskriptif. Sampel yang diteliti sebanyak 68 sampel. Analisis yang digunakan berupa *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer satisfaction index* (CSI). Hasil penelitian pada tingkat kepuasan konsumen berada pada kriteria "sangat puas" dengan nilai 0,822 (82,2%).

### **Kerangka Pemikiran**

Dalam sebuah penelitian, peneliti selalu menggunakan kerangka pemikiran dalam membantu untuk menyelesaikan suatu masalah. Kerangka pemikiran adalah sebuah gambaran mengenai hubungan beberapa faktor dalam suatu masalah yang ingin diselesaikan. Adapun manfaat dalam menggunakan kerangka pemikiran dalam suatu penelitian yakni membantu peneliti sebagai dasar pemikiran sehingga penelitian dapat lebih terarah.

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini bisa dilihat pada Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran



Adapun layout instrumen penelitian yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah:

Tabel 1. Layout Intrumen Penelitian

| <b>Atribut</b>              | <b>Indikator</b>   | <b>Subindikator</b>  | <b>No Item</b>             | <b>Total Soal</b> |
|-----------------------------|--|--|----------------------------|-------------------|
| <b>Kualitas Produk</b>      | a. Daya Tahan  | 1. Kesegaran produk  | 1                          | 7                 |
|                             | b. Reliabilitas  | 1. Kesehatan produk  | 2, 3                       |                   |
|                             |  | 2. Kondisi produk  |                            |                   |
|                             | c. Ketepatan   | 1. Kesesuaian keinginan konsumen   | 4                          |                   |
|                             | d. Kemudahan   | 1. Kemudahan dalam memproses produk  | 5                          |                   |
| e. Atribut bernilai lainnya | 1. Pembubutan ayam kampung<br>2. Pemotongan ayam kampung | 6, 7   |                            |                   |
| <b>Kualitas Pelayanan</b>   | a. Bukti Fisik   | 1. Penampilan karyawan atau pelaku usaha<br>2. Kenyamanan tempat   | 8, 9                       | 7                 |
|                             | b. Keadaan   | 1. Ketepatan dalam penyampaian informasi   | 10                         |                   |
|                             | c. Daya tanggap  | 1. Ketersediaan dalam melayani pelanggan   | 11                         |                   |
|                             | d. Jaminan   | 1. Adanya keamanan dalam melakukan transaksi   | 12                         |                   |
|                             | e. Empati  | 1. Memahami keadaan atau kondisi pelanggan<br>2. Memberikan pelayanan tanpa adanya perbedaan status  | 13, 14                     |                   |
| <b>Harga</b>                | a. Kecocokan Harga                                       | 1. Kecocokan harga dengan kondisi produk<br>2. Kecocokan harga dengan manfaat produk<br>3. Informasi harga<br>4. Kesepakatan harga oleh kedua belah pihak<br>5. Tawar-menawar harga<br>6. Harga yang diberikan terjangkau<br>7. Harga dapat bersaing | 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 | 7                 |

Sumber: Data Primer, 2023

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Menurut (Tanjung dkk., 2020) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. Metode tersebut digunakan pada penelitian untuk meneliti suatu kelompok akan suatu objek, manusia, kondisi, ataupun suatu sistem pemikiran. Tujuannya adalah membuat deskripsi atau gambaran mengenai beberapa fakta, sikap ataupun fenomena yang sedang diselidiki. Data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk mendapatkan gambaran hubungan antara harga ayam kampung dengan kepuasan konsumen, kualitas ayam kampung dengan kepuasan konsumen, pelayanan penjual dengan kepuasan konsumen dan preferensi konsumen ayam kampung.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penentuan lokasi dilakukan dengan sengaja (Purposive) yakni dengan cara mengambil lokasi dengan mempertimbangkan alasan yang diketahui dari daerah penelitian tersebut. Dalam penelitian ini lokasi yang ditentukan untuk dilakukannya penelitian yakni, Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

### **Metode Penarikan Sampel**

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang dimana metode ini akan mengambil sampel secara acak pada suatu kelompok dengan keadaan tertentu. Purposive sampling merupakan jenis sampel

Nonprobability Sampling. Tujuan pengambilan sampling ialah guna mendapatkan deskriptif tentang ciri unit observasi yang tercantum didalam sampel, serta guna melaksanakan generalisasi dan mengevaluasi kriteria populasi (Lenaini, 2021).

Peneliti menggunakan metode *accidental sampling* yang dimana peneliti secara kebetulan atau tidak sengaja bertemu dengan konsumen. Konsumen tersebut akan digunakan sebagai responden pada penelitian ini, bila orang yang ditemui dirasa cocok dengan berbagai kriteria. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah konsumen yang melakukan pembelian ayam kampung dalam rentang waktu 30 hari (1 bulan) terakhir.

Populasi pada penelitian kali ini merupakan masyarakat yang berkunjung atau berada di pasar 3 datuk kabu. Pengertian populasi menurut (Kodu, S. 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek ataupun objek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Untuk jumlah populasi yang tidak diketahui atau anggota infinit, (Nurazizah, dan Mildawani. 2022) menyarankan suatu ketentuan yaitu untuk penelitian jumlah sampel minimal 30 subjek. Diambil dari pernyataan tersebut maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 45 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kali ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data yakni dengan menggunakan metode Kuisisioner. Kuisisioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang akan diajukan kepada responden. Pertanyaan pada kuisisioner merupakan pertanyaan yang mengenai beberapa atribut yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan kepuasan konsumen terhadap suatu barang. Peneliti menggunakan metode wawancara dalam mengumpulkan data penelitian.

Adapun kuesioner pada penelitian ini akan menggunakan skala likert dalam kolom penilaian. Skala likert dapat menilai suatu item dengan pasti bagus dan secara pasti buruk. Dalam skala likert biasanya terdapat lima pilihan tingkatan dengan nilainya tersendiri. Adapun tingkatan skala likert dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert

| <b>Pernyataan</b>                       | <b>Simbol</b> | <b>Nilai</b> |
|---|---------------|--------------|
| Sangat Tidak Penting/ Sangat Tidak Puas | STP           | 1            |
| Tidak Penting/ Tidak Puas               | TP            | 2            |
| Cukup Penting / Cukup Puas              | CP            | 3            |
| Penting / Puas                          | P             | 4            |
| Sangat Penting / Sangat Puas            | SP            | 5            |

Sumber: (Siregar, 2019).

## **Metode Analisis Data**

### **Uji Validitas**

Menurut (Amirullah, 2021) menjelaskan bahwa uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh penelitian untuk mencari validitas sebuah item. Data dapat dikatakan valid apabila dapat memenuhi syarat berupa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Untuk pengujian Validitas ini, penguji menggunakan alat bantu berupa program SPSS.

### **Uji Reliabilitas**

Menurut (Amanda dkk., 2019) Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji dilakukan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan berulang kali. Suatu data dapat dikatakan data reliabel jika nilai

Cronbach's alpha ( $\alpha$ ) > 0,6. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan alat bantu berupa program aplikasi SPSS.

### ***Customer satisfaction index (CSI)***

Menurut (Siregar, 2019) menjelaskan bahwa *Customer satisfaction index* (CSI) merupakan suatu alat yang digunakan untuk menentukan nilai kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Dari pernyataan tersebut, peneliti menggunakan CSI untuk menyelesaikan rumusan masalah ke-1 pada penelitian ini.

Kepentingan atau harapan adalah bentuk kepercayaan seseorang untuk sesuatu hal yang diinginkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Harapan merupakan persepsi atau pemikiran seseorang dalam meraih sebuah tujuan. Sebagai pedoman responden dalam menilai kepentingan pembelian ayam kampung, digunakan skala likert yang mempunyai 5 (lima) tingkatan yang memiliki nilai masing-masing berupa:

1. Sangat Penting (SP)
2. Penting (P)
3. Cukup Penting (CP)
4. Tidak Penting (TP)
5. Sangat Tidak Penting (STP)

Sedangkan kinerja adalah hasil dari suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang melalui suatu proses tertentu untuk menghasilkannya. Sebagai pedoman konsumen untuk menilai kinerja pelaku usaha ayam kampung, digunakan skala

liker yang mempunyai 5 (lima) tingkatan yang memiliki nilai masing-masing, berupa:

1. Sangat Puas (SP)
2. Puas (P)
3. Cukup Puas (CP)
4. Tidak Puas (TP)
5. Sangat Tidak Puas (STP)

Untuk mendapatkan nilai *Customer satisfaction index* (CSI), bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Means Important Score (MIS), bisa didapatkan melalui nilai rata-rata kepentingan. Dan untuk Means Satification Score(MSS), bisa didapatkan melalui nilai rata – rata kinerja.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n} \quad MSS = \bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

y<sub>i</sub> = Nilai kepentingan atribut i

x<sub>i</sub> = Nilai kinerja atribut i

i = atribut

2. Membuat Weight Factor (WF), nilai ini didapatkan melalui persentase nilai MIS per- atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

WF<sub>i</sub> = Weight Factor atribut i

MIS<sub>i</sub> = Nilai rata-rata dari kepentingan atribut i

$\sum$ MIS<sub>i</sub> = Total seluruh jumlah nilai MIS<sub>i</sub>

3. Membuat Weight Score (WS), nilai ini didapatkan melalui perkalian antara Weight Factor (WF) dengan Means Satification Score (MSS).

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

Ket:

WS<sub>i</sub> = Weight Score atribut i

MSS<sub>i</sub> = rata-rata skor kinerja atribut i

4. Membuat nilai CSI

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

Keterangan :

$\sum$ WS<sub>i</sub> = Total seluruh nilai WS<sub>i</sub>

HS = Skala terbesar yang digunakan

Jika nilai CSI yang didapatkan berada di atas 50 persen (50%) maka bisa diartikan bahwa konsumen merasa puas terhadap kinerja yang diberikan pelaku usaha. Dan sebaliknya, jika nilai CSI yang didapatkan berada dibawah 50 persen (50%) maka bisa diartikan bahwa konsumen merasa tidak puas terhadap kinerja yang diberikanpelaku usaha. Adapun keterangan nilai dari CSI dari skala persen dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Jika nilai CSI mencapai 100% sampai 81% dapat diasumsi sebagai kepuasan konsumen berada pada tingkat “sangat puas”.
- b. Jika nilai CSI mencapai 80% sampai 66% dapat diasumsi sebagai kepuasan konsumen berada pada tingkat “puas”.

- c. Jika nilai CSI mencapai 65% sampai 51% dapat diasumsi sebagai kepuasan konsumen berada pada tingkat “cukup puas”.
- d. Jika nilai CSI mencapai 50% sampai 35% dapat diasumsi sebagai kepuasan konsumen berada pada tingkat “tidak puas”.
- e. Jika nilai CSI mencapai 34% sampai 0% dapat diasumsi sebagai kepuasan konsumen berada pada tingkat “sangat tidak puas”.

### ***Importance Performance Analysis***

Menurut (Umam dan Hariastuti, 2018) menjelaskan bahwa *Importance Performance Analysis* adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen). Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti menggunakan *Importance Performance Analysis* untuk menyelesaikan rumusan masalah ke-2 pada penelitian ini.

Menentukan nilai rata-rata setiap atribut kepentingan maupun kinerja, dapat menggunakan berupa rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum xi}{n} \text{ dan } Y = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan:

X= Nilai rata-rata kinerja

Y = Nilai rata-rata kepentingan

n = Jumlah Responden

xi = nilai kinerja atribut i

yi = nilai kepentingan atribut i



|           |           |
|-----------|-----------|
| Kuadran A | Kuadran B |
| Kuadran C | Kuadran D |

Gambar 2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius terdapat 4 (empat) kuadran, yang dimana setiap kuadran akan menjelaskan gambaran suatu kondisi yang berbeda-beda. Adapun penjelasan dari kuadran-kuadran tersebut dapat dilihat sebagai berikut (Putra, 2021):

1. Kuadran A, terdapat atribut-atribut yang dirasa penting ataupun diharapkan oleh konsumen, namun dengan kinerja usaha atau hasil yang dinilai kurang memuaskan oleh konsumen.
2. Kuadran B, terdapat atribut-atribut yang dirasa penting oleh konsumen dan mendapatkan kinerja atau hasil yang memuaskan oleh konsumen.
3. Kuadran C, terdapat atribut-atribut yang dikaitkan dengan rendahnya kinerja yang diberikan oleh pelaku usaha dan dirasa tidak terlalu penting oleh konsumen.
4. Kuadran D, terdapat atribut-atribut yang dirasa tidak penting oleh pelanggan akan tetapi mendapatkan hasil yang bagus.

### **Definisi Dan Batasan Operasional**

1. Ayam kampung di Datuk Kabu banyak di perjual belikan baik ayam yang sudah tua atau ayam yang masih muda. Ayam kampung biasanya dibeli oleh konsumen dalam rangka acara khusus.

2. Kepuasan konsumen adalah tingkat kesenangan yang dirasa konsumen setelah membeli ataupun menggunakan produk atau jasa yang didapatkan.
3. Keputusan pembelian adalah suatu perilaku konsumen yang merencanakan untuk membeli suatu barang atau jasa yang diinginkan dengan memikirkan beberapa atribut-atribut tertentu.
4. Kualitas Produk adalah keunggulan yang didapatkan pada produk yang melibatkan ketahanan, fungsi, ataupun atribut nilai lainnya.
5. Kualitas Pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan pelaku usaha untuk mencapai suatu keinginan atau harapan pelanggan.
6. Harga adalah sejumlah nominal atau tarif yang harus dibayar untuk mendapatkan barang atau jasa yang kita butuhkan. Harga merupakan salah satu atribut yang dapat menentukan pelanggan atau pembeli merasakan kepuasan atas barang atau jasa yang penjual berikan.
7. Penelitian ini dilakukan di Datuk Kabu, pasar 3 tembung pada tahun 2023.
8. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat yang berkunjung ke pasar Datuk Kabu pasar 3 Tembung.
9. Sampel dalam penelitian kali ini merupakan konsumen yang melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu, pasar 3 tembung
10. Data diambil melalui kuesioner dengan metode wawancara untuk berinteraksi dengan nasrasumber.

## **DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **Gambaran Umum Pasar 3 Datuk Kabu**

Datuk Kabu Pasar 3 merupakan pasar tradisional yang tergolong baru. Seperti pasar tradisional lainnya, lebih dari satu pelaku usaha yang memperjualbelikan suatu komoditi yang sama. Banyak pelaku usaha yang berjualan berbagai kebutuhan sehari-hari di Datuk Kabu Pasar 3. Terdapat bahan baku seperti sayuran, buah, dan bahan baku mentah baik kering maupun basah, seperti ayam potong, ayam Kampung, dan ikan potong. Tidak hanya itu, juga ada menjual bumbu dan kelapa parut baik yang sudah menjadi santan maupun yang masih belum menjadi santan.

Datuk Kabu Pasar 3 sering ramai dikunjungi oleh konsumen pada saat pagi hari. Oleh karena itu, rata-rata penjual atau pelaku usaha di Datuk Kabu Pasar 3 memulai bisnis mereka pada saat matahari belum terbit atau waktu subhu. Ada beberapa pelaku usaha yang akan memulai berjualan dari pagi hari dan berhenti berjualan pada saat siang hari, dan ada beberapa yang baru berhenti berjualan pada malam hari.

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini bertempat di Jalan Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Peneliti memilih lokasi ini ialah karena penjualan ayam kampung yang cukup tinggi. Jumlah pembelian ayam kampung yang datang ke Datuk Kabu Pasar 3 tergolong cukup ramai. Terdiri dari kalangan menengah sampai kalangan atas, dari berbagai agama, ras, pekerjaan, menjadi suatu hal yang menarik untuk melakukan penelitian

di Datuk Kabu Pasar 3 ini. Terdapat 3 pelaku usaha yang menjual ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3.

### **Keadaan Penduduk**

Konsumen ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 yang membeli berasal dari kalangan menengah sampai kalangan ke atas dengan pendapatan per bulannya mulai dari Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 8.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi atau keadaan penduduk per keluarga merupakan konsumen yang mapan dan mampu dalam memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier terpenuhi. Konsumen terbanyak merupakan seorang wanita yang sudah menikah. Ini karena mereka yang sudah menikah cenderung peduli dan paham akan kebutuhan keluarganya serta akan memberikan yang terbaik untuk keluarganya. Orang yang sudah dewasa atau berusia 30-39 tahun yang lebih sering datang ke Datuk Kabu Pasar 3 untuk membeli ayam kampung.

### **Karakteristik Responden**

Konsumen merupakan faktor utama yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis, baik bisnis secara online maupun secara offline. Perilaku konsumen akan terus berubah seiring pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh sebab itu, pelaku usaha terutama dibidang pangan menggunakan kepuasan konsumen sebagai faktor dalam menjalankan bisnis. Pelaku usaha perlu melakukan riset untuk mempertahankan, meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat membuat nyaman para konsumen.

Pada penelitian ini, produk yang dianalisis adalah ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 dengan mengambil responden sebanyak 45 orang yang merupakan seorang konsumen yang membeli ayam kampung. Konsumen yang telah menjadi

responden pada penelitian ini adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia <20 sampai dengan >50 tahun dan pernah membeli serta mengkonsumsi ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 minimal satu kali dalam satu bulan terakhir. Konsumen diwawancarai oleh peneliti ketika saat dalam proses pembubutan ayam kampung.

### **Profil Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan usia beragam mulai dari <20 tahun sampai dengan >50 tahun. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang sudah dewasa atau mereka yang memiliki usia sekitar 30-39 tahun. Sebaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Sebaran Responden Berdasarkan Usia

| Usia (Tahun) | Responden | Persentase (%) |
|--------------|-----------|----------------|
| <20          | 1         | 2,2            |
| 20-29        | 11        | 24,4           |
| 30-39        | 15        | 33,3           |
| 40-49        | 8         | 17,8           |
| >50          | 10        | 22,2           |
| Total        | 45        |                |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa konsumen serta target pasar ayam kampung di Pasar 3 Datuk Kabu adalah kalangan orang dewasa atau mereka yang sudah berusia 30-39 tahun. Responden yang berusia 30-39 tahun yang membeli ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 sebanyak 15 responden atau sebesar 33,3% dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Rata-rata mereka yang berusia 30-39 tahun sudah memiliki anggota keluarga. Sebab orang dewasa

cenderung akan memikirkan apa yang mereka makan dan mendapatkan informasi terlebih dahulu sebelum membeli barang tersebut.

### **Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan**

Karakteristik responden ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan status pernikahan yakni sudah menikah dan belum menikah. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang sudah memiliki pasangan hidup atau mereka yang sudah menikah. Sebaran responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Sebaran Responden Berdasarkan Status Pernikahan

| Status Pernikahan | Responden | Persentase (%) |
|-------------------|-----------|----------------|
| Sudah Menikah     | 35        | 77,8           |
| Belum Menikah     | 10        | 22,2           |
| Jumlah            | 45        |                |

Sumber: Data primer diperoleh, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa konsumen serta target pasar ayam kampung di Pasar 3 Datuk Kabu adalah mereka yang sudah menikah sebanyak 35 responden atau 77,8 persen dari keseluruhan responden yang diwawacarai. Hal ini dikarenakan mereka yang sudah menikah cenderung mempunyai pendapatan untuk menghidupi keluarganya. mereka yang sudah menikah selalu mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Mereka yang sudah menikah juga akan memikirkan apa dan bagaimana produk itu akan dibeli dan memikirkan khasiat dan manfaatnya.

### Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Karakteristik responden ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan jumlah anggota keluarga beragam mulai dari <3 orang sampai dengan >7 orang. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 orang. Sebaran responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

| Jumlah Anggota Keluarga (Orang) | Responden | Persentase (%) |
|---------------------------------|-----------|----------------|
| <3                              | 18        | 40             |
| 4                               | 15        | 33,3           |
| 5                               | 4         | 8,9            |
| 6                               | 6         | 13,3           |
| >7                              | 2         | 4,4            |
| Jumlah                          | 45        |                |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa responden yang berdasarkan anggota keluarga terbanyak yaitu responden dengan anggota keluarga <3 (kurang dari 3) orang dengan 18 responden atau 40 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Sedangkan untuk anggota keluarga terendah yaitu responden dengan anggota keluarga >7 (lebih dari 7) orang dengan 2 responden atau 4,4 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Hal ini disebabkan oleh besarnya harga dari ayam kampung tersebut, konsumen yang memiliki anggota keluarga yang besar cenderung menggunakan ayam potong untuk dikonsumsi dibandingkan ayam kampung yang dikarenakan harga ayam potong lebih terjangkau.

### Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan tingkat pendidikan terakhir beragam, mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sarjana (S1). Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMA/MA. Konsumen cenderung menggunakan wawasannya dalam memilih kriteria produk yang ingin dibeli dan berusaha mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

| Pendidikan Terakhir | Responden | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| SD                  | 3         | 6,7            |
| SMP                 | 7         | 15,6           |
| SMA                 | 22        | 48,9           |
| SMK                 | 3         | 6,7            |
| S1                  | 6         | 22,2           |
| Jumlah              | 45        |                |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel 5, dapat dilihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian ayam kampung terbanyak berdasarkan tingkat pendidikan yakni SMA sebanyak 22 responden atau 48,9 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Dan untuk jumlah responden terendah berdasarkan pendidikan yakni SD dan SMK sebanyak 3 responden atau 6,7 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Konsumen cenderung menggunakan wawasannya dalam memilih produk yang akan dibeli.



### Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan pekerjaan yaitu berupa ibu rumah tangga, wiraswasta, guru, Karyawan mahasiswa/siswa, supir, dan pensiunan. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Sebaran responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan         | Responden | Persentase (%) |
|-------------------|-----------|----------------|
| Ibu Rumah Tangga  | 14        | 31,1           |
| Wiraswasta        | 13        | 28,9           |
| Guru              | 5         | 11,1           |
| Karyawan          | 3         | 6,7            |
| Mahasiswa / Siswa | 4         | 8,9            |
| Supir             | 3         | 6,7            |
| Pensiunan         | 3         | 6,7            |
| Jumlah            | 45        |                |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel 7, dapat dilihat konsumen terbanyak yang melakukan pembelian ayam kampung yang berdasarkan pekerjaan yakni ibu rumah tangga sebanyak 14 orang atau 31,1 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Dalam sebuah keluarga, ibu rumah tangga berperan penting dalam sebuah rumah, seperti menegosiasi dalam membeli suatu barang dan mengatur keuangan di dalam sebuah rumah tangga. Ibu rumah tangga yang mengatur dalam pemilihan dalam membeli suatu produk. Sehingga tidak diragukan lagi, jika kita sering ketemu ibu rumah tangga di suatu pasar.

### Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Karakteristik responden ayam Kampung di Datuk Kabu Pasar 3 berdasarkan pendapatan per bulannya yaitu dari pendapatan per bulan sebesar <Rp. 2.000.000 sampai dengan >Rp. 8.000.000. Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara responden sebanyak 45 responden, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah mereka yang mempunyai pendapatan per bulan sebesar Rp. 4.000.000 – Rp. 5.999.000. Sebaran responden berdasarkan pendapatan per bulan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

| Pendapatan Per Bulan          | Responden | Persentase (%) |
|-------------------------------|-----------|----------------|
| <Rp. 2.000.000                | 1         | 2,2            |
| Rp. 2.000.000 – Rp. 3.999.000 | 15        | 33,3           |
| Rp. 4.000.000 – Rp. 5.999.000 | 23        | 51,1           |
| Rp. 6.000.000 – Rp. 7.999.000 | 2         | 4,4            |
| >Rp. 8.000.000                | 2         | 4,4            |
| Tidak ingin disebut           | 2         | 4,4            |
| Jumlah                        | 45        |                |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa konsumen atau target pasar ayam kampung di Pasar 3 Datuk Kabu adalah mereka yang memiliki pendapatan per bulannya sekitar Rp. 4.000.000 – Rp. 5.999.000. Konsumen terbanyak yang berdasarkan pendapatan per bulan yaitu Rp. 4.000.000 – Rp. 5.999.000 sebanyak 23 responden atau 51 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai. Sedangkan jumlah konsumen terendah yang berdasarkan pendapatan per bulan yaitu <Rp. 2.000.000 dan >Rp. 8.000.000 sebanyak 1 responden atau 3,3 persen dari keseluruhan responden yang diwawancarai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti di Datuk Kabu Pasar 3 didapatkan data pembelian ayam kampung yang dilakukan oleh para konsumen. Peneliti menggunakan jangka waktu 1 bulan untuk melihat seberapa banyak dan sering konsumen membeli ayam kampung. Dilihat dari hal tersebut, dapat dilihat adanya kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam kampung. Data pembelian tersebut dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Data Pembelian Ayam Kampung /Bulan Di Datuk Kabu Pasar 3

| Pembelian /bulan | Responden |
|------------------|-----------|
| 1 ekor /bulan    | 6 orang   |
| 2 ekor /bulan    | 10 orang  |
| 3 ekor /bulan    | 10 orang  |
| 4 ekor /bulan    | 11 orang  |
| 5 ekor /bulan    | 3 orang   |
| 6 ekor /bulan    | 3 orang   |
| 8 ekor /bulan    | 2 orang   |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 9, ada sebanyak 11 responden dari 45 responden yang melakukan pembelian ayam kampung sebanyak 4 ekor pada setiap bulannya. Dan ada 2 responden dari 45 responden yang melakukan pembelian ayam kampung sebanyak 8 ekor perbulannya. Pada saat pembelian ayam kampung, rata-rata konsumen membeli ayam kampung sebanyak 1-2 ekor untuk kebutuhannya. Dan akan konsumen akan kembali membeli ulang ayam kampung pada lain hari.

Pada saat melakukan wawancara, peneliti memiliki kesempatan untuk bertanya alasan para konsumen melakukan pembelian ayam kampung dibandingkan ayam eropa (ayam merah). Alasan mereka melakukan pembelian ayam kampung disebabkan lebih menyukai daging ayam kampung, tidak bisa memakan ayam eropa, dan keperluan untuk acara tertentu.

### **Uji Validitas**

Suatu variabel dikatakan valid jika memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Pada penelitian ini, peneliti telah mewawancarai 45 orang untuk sebagai responden. Maka  $N=45$  dengan taraf signifikansi 0,05, yang dimana  $df = (N-2)$ . Jadi didapatkan  $df = 43$ , berdasarkan  $r$  tabel maka didapatkan nilai  $r$  tabel sebesar 0,248. Jika nilai  $r$  hitung pada suatu indikator tidak lebih besar dari nilai  $r$  table (0,248) maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Sedangkan jika nilai  $r$  hitung yang didapatkan lebih besar dari nilai  $r$  tabel maka indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada lampiran 7.

Dari hasil uji validitas yang dilakukan peneliti dengan menggunakan alat bantu berupa aplikasi spss, didapatkan bahwa semua indikator pada penelitian ini merupakan indikator valid atau memenuhi persyaratan uji validitas. Persyaratan uji validitas dari penelitian ini yakni nilai  $r$  hitung tidak lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0,248). Maka tidak ada indikator yang harus dihilangkan dari data penelitian. Sehingga data yang peneliti miliki dalam penelitian ini bersifat valid.

### **Uji Reliabilitas**

Peneliti telah mewawancarai 45 orang untuk sebagai responden. Maka  $N=45$  dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Berdasarkan  $r$  tabel didapatkan bahwa nilai  $r$  tabel sebesar 0,294. Syarat untuk data dapat dikatakan data reliabel dengan menggunakan analisis uji reliabilitas, jika nilai *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,294. Jika suatu data memiliki *cronbach's alpha* yang kurang dari 0,294 maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel. Dan jika suatu data memiliki *cronbach's alpha* yang lebih dari 0,294 maka dapat dikatakan bahwa, data tersebut dinyatakan reliabel. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10: Hasil Analisis Uji Realibilitas

|                    | <i>Cronbach's alpha</i> | Hasil    |
|--------------------|-------------------------|----------|
| <b>Kepentingan</b> | 0,702                   | Reliabel |
| <b>Kinerja</b>     | 0,658                   | Reliabel |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan analisis uji reabilitas yang dilakukan peneliti dengan menggunakan alat bantu berupa aplikasi spss. Maka hasil dari uji tersebut, didapatkan data kepentingan ataupun data kinerja sama-sama mempunyai nilai *Cronbach's alpha* lebih tinggi dari nilai *r table* (0,294). Maka dapat disimpulkan bahwa, semua data peneliti dapat dikatakan reliabel.

#### *Customer satisfaction index (CSI)*

Hasil dari analisis CSI ini akan menggambarkan bagaimana tingkatan kepuasan konsumen terhadap ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3. Peneliti menggunakan skala likert yang memiliki 5 (lima) tingkatan yakni “sangat tidak puas”, “tidak puas”, “cukup puas”, “puas”, dan “sangat puas”. Skala likert ini dapat membantu peneliti dalam melakukan analisis. Pada 45 konsumen didapatkan hasil analisis *customer satisfaction index* yang peneliti lakukan di Datuk Kabu Pasar 3. Adapun hasil analisis *customer satisfaction index (CSI)* kepuasan konsumen ayam kampung dapat dilihat pada lampiran 5.

Hasil pada lampiran 5 menunjukkan bahwa analisis *customer satisfaction index (CSI)* pada konsumen ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 adalah sebesar 81,93 (82%). Maka nilai *customer satisfaction index* tersebut berada pada index nilai 100% sampai 81% yang dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen yang dimana berada pada tingkatan “Sangat Puas” akan kinerja pelaku usaha ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3.

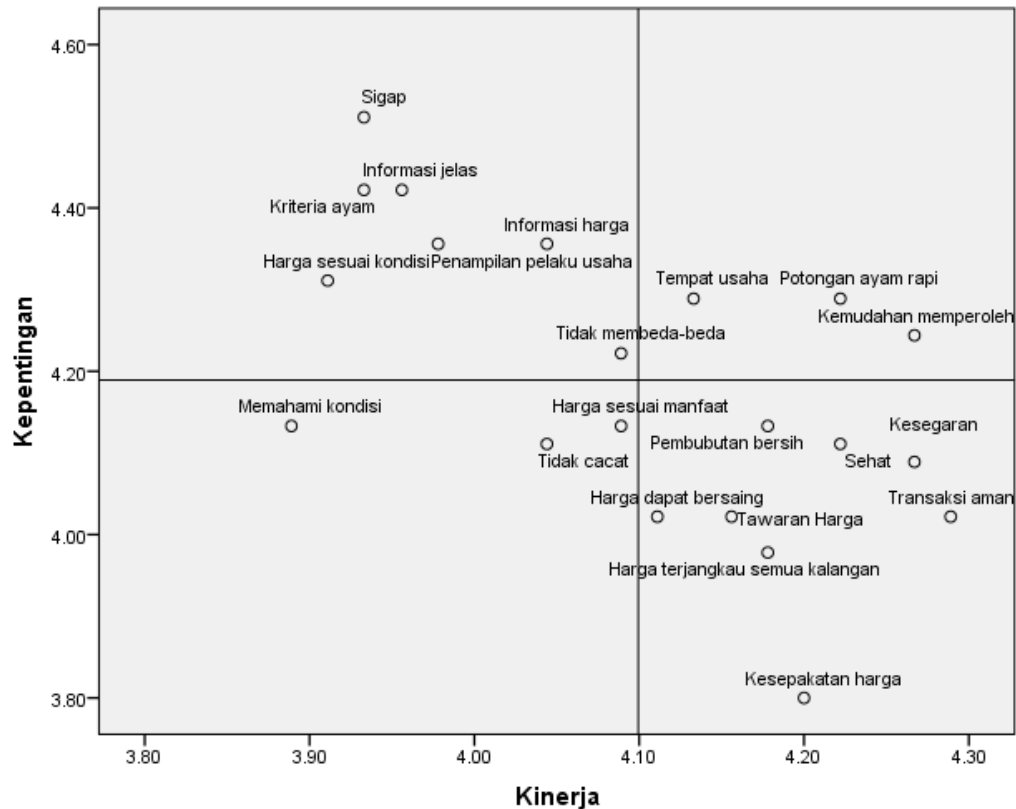
### ***Importance Performance Analysis (IPA)***

Hasil dari *Importance Performance Analysis* yang dilakukan menunjukkan besarnya nilai kepentingan atribut tertentu pada ayam kampung dengan kinerja yang dirasakan. Nilai rata-rata dari nilai kepentingan dan nilai kinerja ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 dapat dilihat pada lampiran 6.

Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* pada lampiran 6, menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepentingan lebih besar daripada nilai kinerja. Pada kolom kepentingan, memiliki skor total sebesar 87,978 dan memiliki nilai rata-rata 4,177. Sedangkan untuk kolom kinerja memiliki total skor 86.089 dan memiliki rata-rata 4,117.

Pada kolom kepentingan, yang memiliki nilai skor tertinggi yaitu “Sigap” sebesar 4,511 dan yang memiliki skor terendah yaitu “Kesepakatan harga” sebesar 3,800. Sedangkan pada kolom kinerja, yang memiliki skor tertinggi yaitu “Transaksi aman” sebesar 4,289 dan yang memiliki skor terendah yaitu “Memahami kondisi” sebesar 3,889.

Berdasarkan tabel tersebut, jika data pada tabel tersebut dikonversikan kedalam diagram kartesius maka hasil dari konversi tersebut dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Diagram Kartesius IPA Atribut Ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3

Berdasarkan diagram kartesius tersebut, adapun penjelasan untuk setiap kuadran pada diagram kartesius diatas dapat dilihat sebagai berikut:

#### Kuadran A

Kuadran A merupakan kuadran yang berisi suatu atribut yang mempunyai nilai kepentingan yang tinggi akan tetapi mempunyai nilai kinerja yang relatif rendah. Atribut pada kuadran ini dianggap penting oleh konsumen akan tetapi konsumen tidak merasa adanya kepuasan yang diberikan oleh pelaku usaha. Pada kuadran ini, pelaku usaha harus melakukan perbaikan pada artibut tersebut. Perusahaan perlu menjadikan atribut pada kuadran A sebagai proritas utama untuk ditingkatkan.

Berdasarkan diagram kartesius tersebut, adapun atribut yang berada pada kuadran A ialah sigap, kriteria ayam, tidak membeda-bedakan, informasi jelas, informasi harga, penampilan pelaku usaha, dan harga sesuai kondisi. Konsumen merasa atribut-atribut tersebut penting akan tetapi tidak mendapatkan hasil yang memuaskan. Maka atribut-atribut tersebut perlu ditingkatkan lagi oleh pelaku usaha untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

#### Kuadran B

Kuadran B merupakan kuadran yang berisi suatu atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan mempunyai nilai kinerja yang tinggi juga. Konsumen merasa bahwa atribut dalam kuadran B penting dan konsumen merasa adanya kepuasan pada atribut tersebut yang diberikan oleh pelaku usaha. Pada atribut ini, pelaku usaha hanya perlu mempertahankan atau menjaga pencapaian yang telah dicapai.

Berdasarkan diagram kartesius tersebut, adapun atribut yang berada pada kuadran B ialah tempat usaha, potongan ayam rapi, dan kemudahan dalam memperoleh. Konsumen merasa atribut-atribut tersebut penting dan mendapatkan kinerja yang bagus dari pelaku usaha. Maka atribut-atribut tersebut perlu dijaga kualitasnya oleh pelaku usaha untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Dan atribut-atribut tersebut dapat dikatakan sebagai atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### Kuadran C

Kuadran C merupakan kuadran yang berisi suatu atribut yang memiliki nilai kepentingan yang relatif rendah dan juga mempunyai nilai kinerja yang relatif rendah. Konsumen menganggap bahwa atribut yang berada di kuadran tersebut



tidak penting dan juga merasa adanya kepuasan yang rendah pada atribut tersebut. Pelaku usaha tidak perlu memberikan perhatian pada atribut tersebut.

Berdasarkan diagram kartesius tersebut, adapun atribut yang berada pada kuadran C ialah memahami kondisi, harga sesuai manfaat, dan tidak cacat. Konsumen merasa atribut-atribut tersebut tidak terlalu penting dan mendapat kinerja yang kurang dari pelaku usaha. Maka atribut-atribut tersebut tidak perlu diperhatikan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

#### Kuadran D

Kuadran D merupakan kuadran yang berisi suatu atribut yang memiliki nilai kepentingan yang relatif rendah akan tetapi mempunyai nilai kinerja yang cukup tinggi. Dimana kuadran ini, konsumen merasa berlebihan terhadap atribut tersebut, karena suatu atribut yang konsumen anggap tidak terlalu penting akan tetapi konsumen menerima kinerja yang cukup tinggi dari pelaku usaha. Pelaku usaha hanya perlu menjaga atribut tersebut dan tidak perlu melakukan peningkatan pada atribut tersebut.

Berdasarkan diagram kartesius tersebut, adapun atribut yang berada pada kuadran D ialah sehat, pembubutan bersih, kesegaran, tawaran harga, harga terkangkau untuk semua kalangan, harga dapat bersaing, dan kesepakatan harga. Konsumen merasa atribut-atribut tersebut tidak terlalu penting tetapi mendapatkan kinerja yang bagus dari pelaku usaha. Maka atribut-atribut tersebut perlu dijaga dan tidak perlu melakukan peningkatan lagi oleh pelaku usaha untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang dapat peneliti rangkum pada penelitian kali ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai dari *customer satisfaction index* yang dimana nilai index tersebut sebesar 81,93 (82%). Berdasarkan nilai index tersebut, yang dimana nilai index termasuk dalam kisaran nilai 81-100% yang dikategorikan kedalam “Sangat Puas”.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3 atribut yang berapa pada kolom Kuadran B. Yang kuadran tersebut dinilai penting bagi para konsumen, juga memiliki nilai kinerja yang tinggi. Yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap ayam kampung. Pada Kuadran B terdapat atribut tempat usaha, potongan ayam rapi, dan kemudahan dalam memperoleh.

### Saran

Pada penelitian kali ini peneliti dapat menyampaikan saran yakni: kepada pelaku usaha ayam kampung Datuk Kabu Pasar 3 ialah, pelaku usaha ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3 perlu meningkatkan atribut yang ada di Kuadran A yang dimana atribut tersebut berupa sigap, kriteria ayam, tidak membeda-bedakan, informasi jelas, informasi harga, penampilan pelaku usaha, dan harga sesuai kondisi. Hal ini dikarenakan kuadran A memiliki nilai kepentingan yang relatif tinggi akan tetapi mempunyai nilai kinerja yang rendah. Dan pelaku usaha perlu

mempertahankan atribut yang berada pada Kuadran B yang dimana atribut tersebut berupa tempat usaha, potongan ayam rapi, dan kemudahan dalam memperoleh. Hal ini disebabkan kedua kuadran tersebut bernilai penting bagi konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen ayam kampung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., dan Devianto, D. 2019. Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika*, 8(1), 179–188.
- Amirullah. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(3).
- Anwar, I. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Aulia, M., dan Hidayat, I. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Br Kabeakan, N. T. M. 2020. Deskripsi Sikap Dan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Beras Merah. *Journal Of Agribusiness Sciences*, 3(2), 94–99.
- Daga, R. 2017. Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research and Consulting Institute*.
- Dewi, S. H. C. 2013. Kualitas Kimia Daging Ayam Kampung Dengan Ransum Berbasis Konsentrat Broiler. *Jurnal AgriSains*, 4(6), 42–49.
- Fanny, W. 2021. Penggunaan Metode Apriori Untuk Penentuan Pola Pembelian Dari Data Transaksi Penjualan Barang Pada Toko Aldi Plastik. Skripsi.
- Fernandes, Y. D., dan Marlius, D. 2018. Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.
- Gofur, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Jusman. 2021. Pengaruh Frekuensi Penampungan Terhadap Motilitas Dan Abnormalitas Sperma Ayam Kampung (*Gallus domesticus*). Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1251–1259.
- Kusumaningsih, T. E., dan Ismunawan. 2022. Sistem Informasi Akuntansi Pembelian Sparepart Pada PT. Adetex Boyolali. *Seminar Nasional UNIBA Surakarta*, 50–59.

- Lenaini, I. 2021. Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Lubis, A. A. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1–11.
- Normasari, S., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra, Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–9.
- Nurazizah, K., dan Mildawani, I. 2022. Persepsi Dan Preperensi Masyarakat Terhadap Implementasi Citra Arsitektur Pecinan Di Jalan Kisamauan Tangerang. *UG JURNAL*, 16(08), 27-37.
- Nuristiqomah, S., Widodo, J., dan Zulianto, M. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar simPati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 166–170.
- Puspitasari, L. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto). Skripsi.
- Putra, I. R. 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer satisfaction index* (CSI) (Studi Kasus: Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi).
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press. Samarinda.
- Rohaeni, H., dan Marwa, N. 2018. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 312–318.
- Sianipar, G. J. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(2), 183–196.
- Siregar, H. M. 2019. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik. Skripsi.
- Sugiharto, S., dan Renata, M. 2020. Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1).

- Sumartini, L. C., dan Tias, D. F. A. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118.
- Tanjung, R., Arifudin, O., Sofyan, Y., dan Hendar. 2020. Pengaruh Penilaian Diri Dan Efikasi Diri Terhadap Kepuasan Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 380–391.
- Thamrin, M., Novita, D., dan Sari, D. A. 2018. Analisis Nilai Tambah Tebu Di Pabrik Gula Kwala Madu PTPN II. *Journal Of Agribusiness Sciencess*, 1(2), 90–100.
- Umam, R. K., dan Hariastuti, N. P. 2018. Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) DAN *Importance Performance Analysis* (IPA).
- Wulandari, F., Indriani, Y., dan Riantini, M. 2022. Tingkat Kepuasan Konsumen dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Pempek NR di Kota Bandar Lampung. *Journal of Agriculture and Social Development*, 1(1), 15–21.

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Kuisisioner Konsumen Terhadap Kepentingan Ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3

| Responden | Kepentingan |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | Total |
|-----------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
|           | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |       |
| Mita      | 5           | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 91    |
| Salwa     | 3           | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 85    |
| Sindi     | 4           | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 84    |
| Nurhayati | 3           | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 78    |
| Wahyu     | 4           | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 80    |
| Novi      | 4           | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4  | 5  | 3  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 92    |
| Surya     | 3           | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 79    |
| Hendra    | 4           | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 90    |
| Aidil     | 5           | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 90    |
| Aditiya   | 3           | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 93    |
| Putri     | 5           | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 94    |
| Irma      | 4           | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 3  | 3  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 90    |
| Dewi      | 4           | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 3  | 82    |
| Noferia   | 5           | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 101   |
| Doni      | 4           | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 81    |
| Sari      | 4           | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 3  | 5  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4  | 86    |
| Riski     | 5           | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 84    |
| Ika       | 5           | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4  | 89    |
| Wati      | 5           | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 96    |
| Fitriana  | 4           | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 93    |
| Asni      | 4           | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 95    |
| Putra     | 3           | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 85    |
| Herda     | 4           | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 94    |
| Ratna     | 5           | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 84    |
| Lasma     | 4           | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 93    |
| Ida       | 4           | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 92    |
| Hardi     | 5           | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 78    |
| Lia       | 4           | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 86    |
| Rukmini   | 5           | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 100   |
| Januarti  | 4           | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 82    |
| Dahlia    | 3           | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 3  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4  | 84    |

|           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Sanihardi | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 85 |
| Murni     | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 87 |
| Rais      | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 90 |
| Roy       | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 88 |
| Bahagia   | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 91 |
| Umianim   | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| Selamita  | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 92 |
| Ulfa      | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 85 |
| Wati P    | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 86 |
| Dedi      | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 91 |
| Neni      | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 87 |
| Bayu      | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 91 |
| Iwan      | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 91 |
| Dian      | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 83 |

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2023

#### Lampiran 2. Data Kuisisioner Konsumen Terhadap Kinerja Ayam Kampung Datuk Kabu Pasar 3

| Responden | Kinerja |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | Total |     |
|-----------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|-----|
|           | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |       | 21  |
| Mita      | 5       | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4     | 91  |
| Salwa     | 3       | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4     | 85  |
| Sindi     | 4       | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4     | 84  |
| Nurhayati | 3       | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3     | 78  |
| Wahyu     | 4       | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4     | 80  |
| Novi      | 4       | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4  | 5  | 3  | 5  | 3  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5     | 92  |
| Surya     | 3       | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4     | 79  |
| Hendra    | 4       | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 4     | 90  |
| Aidil     | 5       | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3     | 90  |
| Aditiya   | 3       | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4     | 93  |
| Putri     | 5       | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4     | 94  |
| Irma      | 4       | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 3  | 3  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3     | 90  |
| Dewi      | 4       | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 3     | 82  |
| Noferia   | 5       | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5     | 101 |
| Doni      | 4       | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4     | 81  |
| Sari      | 4       | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 3  | 5  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4     | 86  |



|           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|
| Riski     | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 84  |
| Ika       | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 89  |
| Wati      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 96  |
| Fitriana  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 93  |
| Asni      | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 95  |
| Putra     | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 85  |
| Herda     | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 94  |
| Ratna     | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 84  |
| Lasma     | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 93  |
| Ida       | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 92  |
| Hardi     | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 78  |
| Lia       | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 86  |
| Rukmini   | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 100 |
| Januarti  | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 82  |
| Dahlia    | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 84  |
| Sanihardi | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 85  |
| Murni     | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 87  |
| Rais      | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 90  |
| Roy       | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 88  |
| Bahagia   | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 91  |
| Umianim   | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 81  |
| Selamita  | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 92  |
| Ulfa      | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 85  |
| Wati P    | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 86  |
| Dedi      | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 91  |
| Neni      | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 87  |
| Bayu      | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 91  |
| Iwan      | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 91  |
| Dian      | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 83  |

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2023

## Lampiran 3. Data Responden Atas Pembelian Ayam Kampung

| Responden | ayam kampung dalam 1 bulan |
|-----------|----------------------------|
| Mita      | 8 ekor                     |
| Salwa     | 1 ekor                     |
| Nurhayati | 2 ekor                     |
| Sindi     | 1 ekor                     |
| Wahyu     | 1 ekor                     |
| Novi      | 3 ekor                     |
| Surya     | 2 ekor                     |
| Hendra    | 3 ekor                     |
| Aidil     | 5 ekor                     |
| Aditiya   | 4 ekor                     |
| Putri     | 6 ekor                     |
| Irma      | 2 ekor                     |
| Dewi      | 1 ekor                     |
| Noferia   | 3 ekor                     |
| Doni      | 2 ekor                     |
| Sari      | 4 ekor                     |
| Riski     | 5 ekor                     |
| Ika       | 6 ekor                     |
| Wati      | 4 ekor                     |
| Fitriana  | 3 ekor                     |
| Asni      | 4 ekor                     |
| Putra     | 3 ekor                     |
| Herda     | 5 ekor                     |
| Ratna     | 1 ekor                     |
| Lasma     | 10 ekor                    |
| Ida       | 4 ekor                     |
| Hardi     | 4 ekor                     |
| Lia       | 2 ekor                     |
| Rukmini   | 2 ekor                     |
| Januarti  | 4 ekor                     |
| Dahlia    | 2 ekor                     |
| Sanihardi | 3 ekor                     |
| Murni     | 4 ekor                     |
| Rais      | 2 ekor                     |
| Roy       | 3 ekor                     |
| Bahagia   | 4 ekor                     |
| Umianim   | 2 ekor                     |
| Selamita  | 4 ekor                     |
| Ulfa      | 3 ekor                     |
| Wati P    | 6 ekor                     |
| Dedi      | 3 ekor                     |
| Neni      | 1 ekor                     |
| Bayu      | 3 ekor                     |
| Iwan      | 2 ekor                     |
| Dian      | 4 ekor                     |

Sumber: Data Primer, 2023

## Lampiran 4: Data Pelaku Usaha

| Pelaku Usaha | Luas Lahan /lapak | Tenaga Kerja | Gaji/bulan (Rp.) | Pembelian AK /minggu | Penjualan AK /bulan |
|--------------|-------------------|--------------|------------------|----------------------|---------------------|
| Wagirin      | 3 x 10 m          | -            | -                | 20-25 ekor           | 80-95 ekor          |
| Ucok         | 3 x 8 m           | 1            | 2 jt             | 25 ekor              | 100-110 ekor        |
| Opung        | 4 x 10 m          | 2            | 2 jt             | 30-35 ekor           | 125 ekor            |

Sumber: Data Primer, 2023

Lampiran 5. Hasil *Customer satisfaction index* (CSI)

| Atribut                                  | MIS    | MSS    | WF    | WS      |
|--|--------|--------|-------|---------|
| Kesegaran                                | 4.089  | 4.267  | 4.648 | 19.830  |
| Sehat                                    | 4.111  | 4.222  | 4.673 | 19.730  |
| Tidak cacat                              | 4.111  | 4.044  | 4.673 | 18.899  |
| Kriteria ayam                            | 4.422  | 3.933  | 5.027 | 19.771  |
| Kemudahan memperoleh Potongan ayam rapi  | 4.244  | 4.267  | 4.824 | 20.584  |
| Pembubutan bersih                        | 4.289  | 4.222  | 4.875 | 20.583  |
| Penampilan pelaku usaha                  | 4.133  | 4.178  | 4.698 | 19.628  |
| Tempat usaha                             | 4.356  | 3.978  | 4.951 | 19.693  |
| Informasi jelas                          | 4.289  | 4.133  | 4.875 | 20.150  |
| Sigap                                    | 4.422  | 3.956  | 5.027 | 19.883  |
| Transaksi aman                           | 4.511  | 3.933  | 5.128 | 20.168  |
| Memahami kondisi                         | 4.022  | 4.289  | 4.572 | 19.608  |
| Tidak membedakan                         | 4.133  | 3.889  | 4.698 | 18.271  |
| Harga sesuai kondisi                     | 4.222  | 4.089  | 4.799 | 19.623  |
| Harga sesuai manfaat                     | 4.311  | 3.911  | 4.900 | 19.165  |
| Informasi harga                          | 4.133  | 4.089  | 4.698 | 19.210  |
| Tawaran Harga                            | 4.356  | 4.044  | 4.951 | 20.023  |
| Kesepakatan harga                        | 4.022  | 4.156  | 4.572 | 18.999  |
| Harga terjangkau                         | 3.800  | 4.200  | 4.319 | 18.141  |
| Harga dapat bersaing                     | 3.978  | 4.178  | 4.521 | 18.889  |
| <b>Jumlah</b>                            | 4.022  | 4.111  | 4.572 | 18.795  |
| <b>Customer satisfaction index (CSI)</b> | 87.978 | 86.089 |       | 409.644 |
|  |        |        |       | 81.93   |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Lampiran 6. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA)

| <b>Atribut</b>                  | <b>Skor Kepentingan</b> | <b>Skor Kinerja</b> |
|---------------------------------|-------------------------|---------------------|
| Kesegaran                       | 4.089                   | 4.267               |
| Sehat                           | 4.111                   | 4.222               |
| Tidak cacat                     | 4.111                   | 4.044               |
| Kriteria ayam                   | 4.422                   | 3.933               |
| Kemudahan memperoleh            | 4.244                   | 4.267               |
| Potongan ayam rapi              | 4.289                   | 4.222               |
| Pembubutan bersih               | 4.133                   | 4.178               |
| Penampilan pelaku usaha         | 4.356                   | 3.978               |
| Tempat usaha                    | 4.289                   | 4.133               |
| Informasi jelas                 | 4.422                   | 3.956               |
| Sigap                           | 4.511                   | 3.933               |
| Transaksi aman                  | 4.022                   | 4.289               |
| Memahami kondisi                | 4.133                   | 3.889               |
| Tidak membedakan                | 4.222                   | 4.089               |
| Harga sesuai kondisi            | 4.311                   | 3.911               |
| Harga sesuai manfaat            | 4.133                   | 4.089               |
| Informasi harga                 | 4.356                   | 4.044               |
| Tawaran Harga                   | 4.022                   | 4.156               |
| Kesepakatan harga               | 3.800                   | 4.200               |
| Harga terjangkau semua kalangan | 3.978                   | 4.178               |
| Harga dapat bersaing            | 4.022                   | 4.111               |
| Jumlah Seluruh Faktor           | 87.978                  | 86.089              |
| Rata-rata Seluruh Faktor        | 4.189                   | 4.099               |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Lampiran 7: Hasil Uji Validitas

| <b>Atribut</b> | <b>Nilai r hitung<br/>(kepentingan)</b> | <b>Nilai r hitung<br/>(kinerja)</b> | <b>r tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------|---|-------------------------------------|----------------|-------------------|
| <b>1</b>       | 0,377                                   | 0,365                               |                | Valid             |
| <b>2</b>       | 0,307                                   | 0,376                               |                | Valid             |
| <b>3</b>       | 0,275                                   | 0,393                               |                | Valid             |
| <b>4</b>       | 0,313                                   | 0,473                               |                | Valid             |
| <b>5</b>       | 0,273                                   | 0,465                               |                | Valid             |
| <b>6</b>       | 0,388                                   | 0,376                               |                | Valid             |
| <b>7</b>       | 0,428                                   | 0,327                               |                | Valid             |
| <b>8</b>       | 0,367                                   | 0,359                               |                | Valid             |
| <b>9</b>       | 0,357                                   | 0,269                               |                | Valid             |
| <b>10</b>      | 0,499                                   | 0,502                               |                | Valid             |
| <b>11</b>      | 0,417                                   | 0,352                               | 0,248          | Valid             |
| <b>12</b>      | 0,263                                   | 0,259                               |                | Valid             |
| <b>13</b>      | 0,586                                   | 0,300                               |                | Valid             |
| <b>14</b>      | 0,347                                   | 0,329                               |                | Valid             |
| <b>15</b>      | 0,501                                   | 0,395                               |                | Valid             |
| <b>16</b>      | 0,375                                   | 0,307                               |                | Valid             |
| <b>17</b>      | 0,391                                   | 0,362                               |                | Valid             |
| <b>18</b>      | 0,275                                   | 0,256                               |                | Valid             |
| <b>19</b>      | 0,467                                   | 0,332                               |                | Valid             |
| <b>20</b>      | 0,359                                   | 0,420                               |                | Valid             |
| <b>21</b>      | 0,414                                   | 0,328                               |                | Valid             |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Lampiran 8. Kuesioner Penelitian

**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian  
Ayam Kampung (*Gallus gallus domesticus*) (Studi Kasus: Jalan  
Datuk Kabu, Pasar 3 Tembung, Kecamatan. Percut Sei Tuan,  
Kabupaten Deli Serdang)**

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/saudara/i

Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Dengan Hormat, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nasha Ramadansyah Sebayang

NPM : 1804300133

Jurusan : Agribisnis/FakultasPertanian

Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahin wabarakatuh.

Medan, Oktober 2023

Peneliti

### Karakteristik Responden

Beri tanda centang (✓) pada jawaban yang Anda Pilih

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan
5. Status Pernikahan : ( ) Sudah menikah ( ) Belum menikah
6. Pekerjaan :
7. Jumlah Tanggungan :
8. Apa Pendidikan terakhir anda?
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. S1
  - e. Lainnya.....
9. Pendapatan per bulan?
  - a. < Rp. 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.999.000
  - c. Rp. 4.000.000 – Rp. 5.999.000
  - d. Rp. 6.000.000 – Rp. 7.999.000
  - e. > Rp. 8.000.000
  - f. Lainnya, sebutkan.....
10. Berapa banyak konsumsi ayam kampung dalam sebulan?

.....

### Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Kampung

Jawab pertanyaan atau pernyataan berikut ini yang Anda rasa sesuai dengan pendapat anda. Beri tanda centang (✓) pada kolom jawaban.

#### (KEPENTINGAN)

Menurut Anda pentingkah faktor- faktor ayam kampung di bawah ini untuk menjadi pertimbangan Anda dalam membeli produk ayam kampung?

Keterangan pilihan jawaban:

SP : Sangat Penting

TP : Tidak Penting

P : Penting

STP : Sangat Tidak Penting

CP : Cukup Penting

| Kualitas Produk    |  |    |   |    |    |     |
|--------------------|--|----|---|----|----|-----|
| No                 | Pernyataan   | SP | P | CP | TP | STP |
| 1                  | Ayam Kampung harus kelihatan segar                           |    |   |    |    |     |
| 2                  | Ayam kampung harus dalam keadaan sehat                       |    |   |    |    |     |
| 3                  | Ayam Kampung harus tidak cacat                               |    |   |    |    |     |
| 4                  | Kriteria ayam kampung harus sesuai dengan keinginan konsumen |    |   |    |    |     |
| 5                  | Kemudahan dalam mendapatkan ayam kampung                     |    |   |    |    |     |
| 6                  | Pemotongan ayam kampung harus sudah rapi                     |    |   |    |    |     |
| 7                  | Pembubutan ayam kampung harus sudah bersih                   |    |   |    |    |     |
| Kualitas Pelayanan |  |    |   |    |    |     |
| No                 | Pernyataan   | SP | P | CP | TP | STP |
| 8                  | Penampilan pelaku usaha harus bersih dan rapi                |    |   |    |    |     |
| 9                  | Tempat usaha harus bersih                                    |    |   |    |    |     |
| 10                 | Informasi yang diberikan harus jelas                         |    |   |    |    |     |
| 11                 | Sigap dalam merespon konsumen                                |    |   |    |    |     |
| 12                 | Transaksi yang dilakukan aman                                |    |   |    |    |     |
| 13                 | Dapat memahami kondisi konsumen                              |    |   |    |    |     |
| 14                 | Tidak membedakan konsumen                                    |    |   |    |    |     |



| Harga |   |    |   |    |    |     |
|-------|---|----|---|----|----|-----|
| No    | Pernyataan  | SP | P | CP | TP | STP |
| 15    | Harga yang sesuai kondisi ayam Kampung                          |    |   |    |    |     |
| 16    | Harga yang sesuai manfaat ayam Kampung                          |    |   |    |    |     |
| 17    | Informasi harga yang diberikan harus jelas, jujur, dan baik     |    |   |    |    |     |
| 18    | Kesepakatan harga dengan konsumen                               |    |   |    |    |     |
| 19    | Dapat menawar harga ayam kampung                                |    |   |    |    |     |
| 20    | Harga ayam kampung yang mudah terjangkau untuk semua kalangan   |    |   |    |    |     |
| 21    | Harga ayam kampung Datuk Kabu dapat bersaing dengan tempat lain |    |   |    |    |     |

### (KINERJA)

Menurut anda seberapa puas anda terhadap kinerja (hasil) yang diberikan oleh pelaku usaha ayam kampung di Datuk Kabu Pasar 3?

Keterangan pilihan jawaban:

SP : Sangat Penting

TP : Tidak Penting

P : Penting

STP : Sangat Tidak Penting

CP : Cukup Penting

| Kualitas Produk |  |    |   |    |    |     |
|-----------------|--|----|---|----|----|-----|
| No              | Pernyataan   | SP | P | CP | TP | STP |
| 1               | Ayam Kampung yang kelihatan segar                            |    |   |    |    |     |
| 2               | Ayam kampung dalam keadaan sehat                             |    |   |    |    |     |
| 3               | Ayam Kampung tidak memiliki kecacatan                        |    |   |    |    |     |
| 4               | Kriteria ayam kampung sudah sesuai dengan keinginan konsumen |    |   |    |    |     |
| 5               | Kemudahan mendapatkan ayam kampung                           |    |   |    |    |     |
| 6               | Pemotongan ayam kampung yang dilakukan sudah rapi            |    |   |    |    |     |
| 7               | Pembubutan ayam kampung yang dilakukan sudah bersih          |    |   |    |    |     |

| Kualitas Pelayanan |   |    |   |    |    |     |
|--------------------|---|----|---|----|----|-----|
| No                 | Pernyataan  | SP | P | CP | TP | STP |
| 8                  | Penampilan pelaku usaha sudah bersih dan rapi                   |    |   |    |    |     |
| 9                  | Tempat usaha sudah bersih                                       |    |   |    |    |     |
| 10                 | Informasi yang diberikan sudah jelas                            |    |   |    |    |     |
| 11                 | Sigap dalam merespon konsumen                                   |    |   |    |    |     |
| 12                 | Transaksi yang dilakukan dengan aman                            |    |   |    |    |     |
| 13                 | Dapat memahami kondisi konsumen                                 |    |   |    |    |     |
| 14                 | Tidak ada membeda-bedakan konsumen                              |    |   |    |    |     |
| Harga              |   |    |   |    |    |     |
| No                 | Pernyataan  | SP | P | CP | TP | STP |
| 15                 | Harga sudah sesuai kondisi ayam Kampung                         |    |   |    |    |     |
| 16                 | Harga sudah sesuai manfaat ayam Kampung                         |    |   |    |    |     |
| 17                 | Informasi harga yang diberikan sudah jelas, jujur, dan baik     |    |   |    |    |     |
| 18                 | Harga yang ditarif sudah dengan kesepakatan dengan konsumen     |    |   |    |    |     |
| 19                 | Konsumen dapat menawar harga ayam kampung                       |    |   |    |    |     |
| 20                 | Harga ayam kampung yang mudah terjangkau untuk semua kalangan   |    |   |    |    |     |
| 21                 | Harga ayam kampung Datuk Kabu dapat bersaing dengan tempat lain |    |   |    |    |     |