

Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Di Jumbo Pasar Swalayan Manado

Consumer Satisfaction Level Of Organic Vegetables In Jumbo Manado Supermarkets

Eva Fiskarina ^{(1)(*)}, **Martha Mareyke Sendow** ⁽²⁾, **Jenny Baroleh** ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: 17031104064@student.unsrat.ac.id

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Senin, 01 Mei 2023

Disetujui diterbitkan

: Senin, 29 Mei 2022

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer satisfaction of organic vegetables at Jumbo Supermarket Manado. This research was conducted from May 2022 to October 2022. This study uses two types of data, namely primary and secondary data. The method used in sampling is the non-probability sampling technique where the collection of information and knowledge from respondents uses the accidental sampling method. Respondents in this study were consumers who had made a purchase and were willing to be interviewed as many as 30 respondents. The data were analyzed using Likert scale measurements. The results showed that the level of consumer satisfaction of organic vegetables at the Jumbo Supermarket in Manado was categorized as very satisfied, based on the results of the study with an index of 87.29%. Consumers are very satisfied with the price and availability of organic vegetables, freshness (physical appearance of vegetables), place, and quality of service at Jumbo Supermarkets.

Keywords : satisfaction level; consumers; organic vegetables

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sayuran organik pada Jumbo Pasar Swalayan Manado. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Oktober 2022. Penelitian menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu teknik *non-probability sampling* dimana pengumpulan informasi dan pengetahuan dari responden menggunakan metode *accidental sampling*. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah dan melakukan pembelian serta bersedia di wawancarai sebanyak 30 responden. Data di analisis menggunakan pengukuran skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sayuran organik di Pasar Swalayan Jumbo Manado tergolong dalam kategori sangat puas, berdasarkan hasil penelitian dengan indeks 87.29%. Konsumen merasa sangat puas dengan harga dan ketersediaan sayuran organik, kesegaran (penampilan fisik sayuran), tempat, dan kualitas pelayanan di Jumbo Pasar Swalayan.

Kata kunci : tingkat kepuasan; konsumen; sayuran organik

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sayur merupakan bahan pangan yang berasal dari tumbuhan dan memiliki kandungan air yang tinggi. Manfaat mengkonsumsi sayuran setiap hari untuk kesehatan badan adalah penting, mengingat tingginya beragam kandungan vitamin dan mineral dan serat pada sayur. Jika dikonsumsi dengan porsi yang dianjurkan, konsumsi sayur dapat mengurangi risiko defisiensi gizi mikro dan serangan penyakit tidak menular. Kurangnya konsumsi sayur merupakan penyebab risiko ke-10 tertinggi angka kematian di dunia. Seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia, konsumsi sayuran oleh masyarakatpun meningkat. Menurut data BPS pada tahun 2013, lebih dari setengah pengeluaran rata-rata masyarakat Indonesia digunakan untuk membeli kelompok barang makanan salah satunya adalah sayuran, dimana mengkonsumsi sayuran baik untuk kesehatan.

Saat ini terjadi berbagai perubahan dari sisi konsumen baik dari jenis makanan, cara makan, pola makan, serta teknologi yang digunakan seperti teknologi dalam mengolah makanan. Perubahan tersebut contohnya dahulu konsumen belum mengenal produk pertanian organik tetapi sekarang konsumen telah mengenal produk pertanian organik, dimana produk pertanian diusahakan dengan cara mengurangi bahkan meniadakan asupan bahan kimia non alami pada proses budidaya pertaniannya. Dari sebelumnya belum terbiasa dengan produk pertanian organik dengan sekarang yang mulai membiasakan mengkonsumsi produk pertanian organik. Menurut Rasmikayati *et al.* (2017) menyikapi tuntutan konsumen tersebut, maka produsen dan market perlu lebih bersikap profesional dalam meningkatkan kualitas produk yang dijualnya. Konsumsi sayur-sayuran yang dahulu masih dengan sayuran hasil pertanian konvensional juga mulai beralih ke hasil pertanian organik. Pertanian organik sekarang ini mendapat perhatian lebih dari masyarakat dunia.

Perubahan pola hidup manusia yang sekarang lebih memperhatikan kesehatan dirinya maupun kesehatan lingkungan yang mendorong adanya produk yang sehat dikonsumsi dan aman bagi lingkungan. Perubahan pola konsumsi produk sayuran konvensional ke organik yang terjadi pada konsumen ini membuat tingkat

konsumsi produk organik ikut meningkat yang implikasinya adalah meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk sayuran organik. Terjadinya peningkatan permintaan sayuran organik mendorong ritel modern untuk dapat memenuhi permintaan tersebut sehingga ketersediaan sayuran organik yang berkualitas harus memadai agar tidak mengecewakan konsumen. Selain kualitas dari produk organik yang disediakan oleh ritel modern, hal lain yang sering kali menjadi perhatian konsumen dalam membeli sayuran organik diritel modern adalah kualitas pelayanan dalam menyajikan sayuran organik tersebut mengingat harganya yang lebih mahal. Kualitas produk dan pelayanan merupakan atribut yang dianggap penting dalam pencapaian kepuasan konsumen dalam membeli produk yang diinginkannya (Rasmikayati *et al.*, 2017). Dengan demikian, terpenuhinya kebutuhan pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan akan tergantung pada kualitas produk dan jasa yang nantinya akan menciptakan profitabilitas perusahaan yang tinggi sehingga kualitas produk, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan memiliki hubungan yang sangat erat. Kualitas produk merupakan jaminan bagi loyalitas pelanggan, pertahanan terbaik melawan persaingan, dan satu-satunya jalur menuju pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan dalam jangka waktu yang lama. Secara tidak langsung kualitas produk juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian akan terlihat dengan adanya perasaan suka dan puas pada produk tersebut karena adanya penawaran kualitas produk yang mampu memenuhi harapan mereka. Konsumen yang puas akan cenderung melakukan pembelian kembali pada produk tersebut. Oleh karena semakin pentingnya kepuasan konsumen yang tinggi sebagai kunci mendapatkan dan mempertahankan pelanggan, perusahaan menjadikan kepuasan konsumen sebagai sasaran alat pemasaran mereka. Salah satu upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah melalui tingkat preferensi konsumen terhadap atribut suatu produk dan jasa.

Preferensi menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Dengan demikian, perusahaan dapat menyediakan produk-produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bentuk dukungan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai bentuk penguatan kembali pemasaran sayuran organik di Indonesia melalui pemulihan kembali kepercayaan masyarakat terhadap produk organik dengan melakukan perbaikan melalui pendekatan kualitas produk yang berbasis pelanggan. Studi kasus dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran organik serta pemasarannya di Kota Manado. Hal ini dikarenakan bahwa Manado merupakan salah satu daerah distribusi sayuran organik di Indonesia.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sayuran organik pada Jumbo Pasar Swalayan Manado.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait sebagai bahan informasi atau referensi untuk pengembangan ilmu bagi pihak-pihak yang membutuhkan, menjadi sumbangan penelitian yang membahas preferensi konsumen dan pengaruh kualitas produk sayuran terhadap kepuasan konsumen dan memberikan rekomendasi dalam pengambilan keputusan bagi produsen dan pemasar sayuran organik terkait strategi pemasaran produk sesuai preferensi dan tingkat kepuasan konsumen sayuran organik.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Oktober 2022 dimulai dari persiapan sampai penyusunan laporan hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan di Jumbo Pasar Swalayan Kota Manado.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) dengan konsumen sayuran organik di Jumbo pasar swalayan. Data sekunder diambil langsung dari Jumbo pasar swalayan, berupa sejarah perusahaan dan data terkait penelitian.

Metode Pengembalian Sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu berdasarkan teknik *non-probability sampling* dimana pengumpulan informasi dan pengetahuan dari responden menggunakan metode *accidental sampling* (penarikan sampel dengan mewawancarai responden yang bersedia dan memiliki waktu luang untuk di wawancarai). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang di tentukan secara sengaja. Kriteria responden yang di pilih adalah konsumen yang pernah dan melakukan pembelian serta bersedia untuk diwawancara. Sampel yang menjadi responden adalah sampel yang memenuhi persyaratan yang di tetapkan oleh peneliti agar dapat mengurangi bias penelitian.

Konsep Pengukuran Variabel

Konsep pengukuran variabel penelitian:

1. Karakteristik Responden
 - a. Jenis kelamin,
 - b. Umur,
 - c. Pekerjaan, dan
 - d. Tingkat pendidikan.
2. Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik
 - a. Harga dan ketersediaan sayuran organik:
 - Harga jual sayuran organik,
 - Kesesuaian harga dengan kualitas sayuran organik,
 - Kesesuaian harga dengan ukuran sayuran organik,
 - Kemudahan sayuran organik untuk ditemukan di pasaran, dan
 - Ketersediaan sayuran organik banyak.
 - b. Kesegaran, yakni penampilan fisik sayuran organik:
 - Warna sayuran organik cerah,
 - Sayuran organik tidak mudah busuk, dan
 - Sayuran organik lebih sehat.
 - c. Tempat:
 - Kebersihan ruangan, dan
 - Kenyamanan ruangan.
 - d. Kualitas pelayanan:
 - Kualitas dan keandalan jasa pelayanan, yakni kecepatan dalam pelayanan,

- Kecepatan menanggapi keluhan, yakni seperti kesigapan pihak pasar swalayan Jumbo dalam menanggapi keluhan pelanggan,
- Keyakinan, seperti kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan,
- Keramahan dan kesopanan karyawan, dan
- Penampilan karyawan, yakni berupa kerapian pakaian karyawan.

Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan data variabel penelitian. Metode yang diterapkan dalam penelitian menggunakan pengukuran skala likert.

Skala likert merupakan teknik pengukuran sikap yang digunakan dalam riset pemasaran. Penggunaan skala likert dengan menjabarkan variabel penelitian menjadi dimensi, kemudian dimensi dijabarkan kedalam indikator-indikator yang dapat diukur. Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan skala pengukuran dan pemberian skor, yaitu 1 sampai 5.

Untuk setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap terbagi dalam 5 kategori yakni:

1. Sangat Puas (SP), diberi skor 5,
2. Puas (P), diberi skor 4,
3. Ragu-ragu/Kurang puas (RR/KPP), diberi skor 3,
4. Tidak Puas (TP), diberi skor 2, dan
5. Sangat Tidak Puas (STP), diberi skor 1.

Skor masing-masing pertanyaan dihitung dan jumlah skor tiap kriterium dikalikan dengan jumlah responden

$$S5 = 5 \times 30 = 150$$

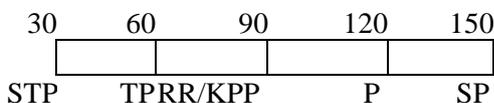
$$S4 = 4 \times 30 = 120$$

$$S3 = 3 \times 30 = 90$$

$$S2 = 2 \times 30 = 60$$

$$S1 = 1 \times 30 = 30$$

Jumlah skor ideal setiap pernyataan, diketahui skor tertinggi 150, dan jumlah skor terendah 30. Dengan interpretasi nilai:



Adapun terkait dengan perhitungan skor keseluruhan dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen sayuran organik dari

segi harga, kesegaran, tempat dan kualitas pelayanan dengan cara mengkalikan antara jumlah skor seluruh kriterium, capaian jumlah skor dan jumlah responden instrumen pernyataannya yang terlihat:

$$S5 = 5 \times 30 \times 15 = 2.250$$

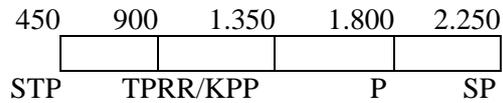
$$S4 = 4 \times 30 \times 15 = 1.800$$

$$S3 = 3 \times 30 \times 15 = 1.350$$

$$S2 = 2 \times 30 \times 15 = 900$$

$$S1 = 1 \times 30 \times 15 = 450$$

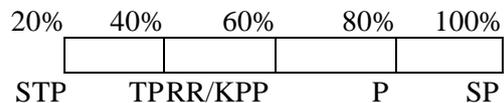
Sehingga diperoleh bahan acuan berupa jumlah skor ideal keseluruhan pertanyaan tertinggi dan skor terendah masing-masing 2.250 dan 450. Adapun berdasarkan pada data himpunan dari 15 pertanyaan yang telah diajukan kepada 30 responden konsumen sayuran organik, dilakukan interpretasi nilai dalam bentuk skala:



Kemudian, indeks kepuasan konsumen merupakan sekumpulan data dan informasi tingkat kepuasan konsumen dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapatan pelanggan dalam memperoleh pelayanan variabel, dimana dengan dilakukannya perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirumuskan:

$$ITK = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Ideal tertinggi}} \times 100$$

Dengan acuan kepemilikan indeks tingkat kepuasan konsumen:



Keterangan, kriteria interpretasi skor adalah:

- Angka 0%-20% dinilai sangat tidak puas
- Angka 21%- 40% dinilai tidak puas
- Angka 41%-60% dinilai ragu-ragu/kurang puas
- Angka 61%-80% dinilai puas
- Angka 81%-100% dinilai sangat puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi PT. Jumbo Supermarket

Jumbo merupakan usaha yang bergerak dibidang pasar swalayan atau supermarket, menjual kebutuhan pokok dan peralatan rumah

tangga serta menyediakan restoran untuk mengadakan acara perkawinan maupun hari ulang tahun.

Jumbo pertamakali berdiri di Manado pada November tahun 1984, saat itu belum dinamakan Jumbo tetapi Jameson's. Setelah Jameson's berhasil dan mengalami peningkatan, pengusaha Jumbo Supermarket berinisiatif mengembangkan usaha lebih besar lagi dan merubah nama menjadi PT. JumboSupermarket.

Pada 11 Juli 1987, Jumbo Supermarket dijadikan sebagai supermarket yang resmi dengan mengadakan peletakan batu oleh Walikota Manado kepala daerah tingkat II Ir. N. H. Eman dan diresmikan pada 29 April 1988 oleh Gubernur Sulawesi Utara bpk. C.J. Rantung. Jumbo Supermarket kemudian mengalami peningkatan di tahun 2000. Luas Jumbo Supermarket mencapai kurang lebih 4500m².

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Latar belakang jenis kelamin dengan perbedaan sifat dasar atau naluri masing-masing gender akan memberi nilai dalam tindakan atau keputusan. Tabel 1 menunjukkan jenis kelamin responden yang berbelanja sayuran organik di Jumbo pasar swalayan.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	8	26.67%
2.	Perempuan	22	73.33%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 1 menunjukkan sebagian besar konsumen sayuran organik yang berbelanja di Jumbo pasar swalayan berjenis kelamin perempuan berjumlah 22 orang (73.33%), sedangkan konsumen berjenis kelamin laki-laki berjumlah 8 orang (26.67%) dari total keseluruhan responden.

Umur

Umur merupakan faktor pengaruh keputusan seseorang melakukan pembelian suatu produk maupun jasa. Tabel 2 menunjukkan hasil pengamatan umur responden yang berbelanja sayuran organik di Jumbo pasar swalayan.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	<20	4	13.33
2.	21-30	7	23.33
3.	31-40	5	16.67
4.	41-50	9	30.00
5.	>51	5	16.67
Total		30	100

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 2 menunjukkan jumlah responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 4 (13.33%). Jumlah respdonden berusia 21 sampai 30 tahun sebanyak 7 (23.33%). Jumlah responden berusia 31 sampai 40 sebanyak 5 (16.67). Jumlah responden berusia 41 sampai 50 tahun sebanyak 9 (30%) dan jumlah responden berusia diatas 50 tahun sebanyak 5 (16.67%). Artinya konsumen sayuran organik yang berbelanja di Jumbo pasar swalayan didominasi dengan konsumen berusia 41 sampai 50 tahun.

Tingkat Pendidikan

Seorang konsumen dengan tingkat pendidikan tinggi cenderung memilih produk makanan berkualitas atau lebih baik untuk kesehatan. Tabel berikut menunjukkan hasil pengamatan tingkat pendidikan responden yang berbelanja sayuran organik di Jumbo pasar swalayan.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	SD	2	6.67%
2.	SMP	3	10.00%
3.	SMA Sederajat	20	66.67%
4.	D1, D2, D3	1	3.33%
5.	S1, S2, S3	4	13.33%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 3 menunjukkan jumlah responden berpendidikan SD sebanyak 2 (6.67%). Jumlah responden berpendidikan SMP sebanyak 3 (10%). Jumlah responden berpendidikan SMA sebanyak 20 (66.67%). Jumlah responden berpendidikan D1, D2, D3 sebanyak 1 (3.33%) dan jumlah responden berpendidikan S1, S2, S3 sebanyak 4 (13.33%). Konsumen sayuran organik yang berbelanja di Jumbo pasar swalayan didominasi konsumen berpendidikan SMA.

Pekerjaan Responden

Pekerjaan dapat mempengaruhi keputusan sebelum membeli produk. Tabel 4 menunjukkan

hasil pengamatan pekerjaan responden yang berbelanja sayuran organik di Jumbo pasar swalayan.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	PNS	2	6.67%
2.	Pegawai BUMN	1	3.33%
3.	Pegawai Swasta	5	16.67%
4.	Pedagang	2	6.67%
5.	Buruh Bangunan	1	3.33%
6.	Ibu Rumah Tangga	14	46.67%
7.	Mahasiswa	5	16.67%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 4 menunjukkan pekerjaan responden pembeli sayuran organik paling banyak ibu rumah tangga sejumlah 14 (46.67%). Sedangkan jenis pekerjaan yang paling sedikit membeli yaitu pegawai BUMN dan buruh bangunan, keduanya sebanyak 1 (3.33%) dari keseluruhan jumlah responden.

Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Jumbo Pasar Swalayan

Harga dan Ketersediaan Produk Sayuran Organik

Harga dan ketersediaan produk merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam pembelian. Konsumen bersedia mengeluarkan biaya lebih jika kualitas dan ketersediaan produk sebanding biaya yang dikeluarkan. Harga dan ketersediaan produk menentukan keputusan pembelian konsumen dan menjadi faktor pemasaran produk. Harga dan ketersediaan produk dilihat berdasarkan:

1. Harga jual sayuran organik

Harga jual yaitu harga yang ditawarkan produsen yang bisa diterima responden.

Tabel 5. Penilaian Responden Terhadap Keterjangkauan Harga Sayuran Organik

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	19	63.33	95
2.	Puas	4	7	23.33	28
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	4	13.33	12
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		30	100	137	

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 5 menunjukkan 19 orang (63.33%) sangat puas, 7 orang (23.33%) puas dan 4 orang (13.33%) ragu-ragu/kurang puas dengan harga jual sayuran organik di Jumbo pasar swalayan. Sebagian besar konsumen mampu untuk

menjangkau harga dari sayuran organik Jumbo pasar swalayan meskipun harga sayuran organik lebih mahal dari sayuran non organik. Adapun angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{137}{150} \times 100 = 91.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas sayuran organik

Kesesuaian harga merupakan harga tawaran produsen/penjual sesuai kualitas produk yang diperoleh konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama, mengingat kualitas suatu produk erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan (Assauri, 2014).

Tabel 6. Penilaian Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Sayuran Organik

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	17	56.67	85
2.	Puas	4	8	26.66	32
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	5	16.67	15
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		30	100	132	

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 6 menunjukkan 17 orang responden (56.67%) sangat puas, 8 orang responden (26.66%) puas dan 5 orang (16.67%) memilih ragu-ragu/kurang puas terhadap kesesuaian harga dengan kualitas sayuran organik Jumbo pasar swalayan. Menurut responden harga sayuran organik Jumbo pasar swalayan sesuai kualitas dan manfaat yang diperoleh. Angka indeks diperoleh:

$$\frac{132}{150} \times 100 = 88\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

3. Kesesuaian harga dengan ukuran sayuran organik

Kesesuaian harga merupakan harga tawaran produsen/penjual yang sesuai dengan ukuran produk yang diperoleh konsumen dalam pasar. Besar dan kecil suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.

Tabel 7. Penilaian Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Ukuran Sayuran Organik

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	14	46.66	70
2.	Puas	4	11	36.66	44
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	5	16.67	15
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	129

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 7 menunjukkan 14 orang (46.66%) sangat puas, 11 orang (36.66%) puas dan 5 orang (16.67%) ragu-ragu/kurang puas terhadap kesesuaian harga dengan ukuran sayuran organik Jumbo pasar swalayan. Menurut responden harga sayuran organik Jumbo pasar swalayan telah sesuai dengan ukuran yang didapatkan. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{129}{150} \times 100 = 86\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

4. Kemudahan sayuran organik untuk ditemukan di pasaran

Sulitnya suatu produk untuk ditemukan di pasaran mengakibatkan konsumen mencari produk sejenis yang lebih mudah diperoleh, walaupun terdapat beberapa perbedaan dari segi harga beli maupun dari kualitas produk yang dimiliki.

Tabel 8. Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Sayuran Organik Ditemukan di Pasaran

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	18	60	90
2.	Puas	4	7	23.33	28
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	5	16.67	15
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	133

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 8 menunjukkan 18 orang (60%) sangat puas, 7 orang (23.33%) puas dan terdapat 5 orang (16.67%) ragu-ragu/kurang puas terhadap kemudahan sayuran organik ditemukan di pasaran. Menurut responden produk sayuran organik mudah untuk ditemukan di Jumbo pasar swalayan. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{133}{150} \times 100 = 88.67\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

5. Ketersediaan sayuran organik banyak

Ketersediaan sayuran organik yang banyak dalam suatu pasar membuka peluang kemungkinan meningkatnya minat konsumen mengkonsumsi produk. Ketersediaan produk sayuran organik dalam suatu pasar tentunya membuka peluang bagi peningkatan angka konsumsi dan minat sayuran organik.

Tabel 9. Penilaian Responden Terhadap Ketersediaan Sayuran Organik Banyak

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	20	66.67	100
2.	Puas	4	6	20	24
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	4	13.33	12
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	136

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 9 menunjukkan 20 orang (66.67%) sangat puas, 6 orang (20%) puas dan 4 orang (13.33%) ragu-ragu/kurang puas terhadap ketersediaan sayuran organik banyak. Menurut responden sayuran organik selalu tersedia di Jumbo pasar swalayan. Angka indeks penilaian diperoleh:

$$\frac{136}{150} \times 100 = 90.67\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

Tabel 10. Rekapitulasi dari Total Skor Kepuasan Konsumen Terhadap Harga dan Ketersediaan Produk Sayuran Organik

No.	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan	Kategori
1.	Harga jual sayuran organik	137	91.33%	Sangat Puas
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas sayuran organik	132	88%	Sangat Puas
3.	Kesesuaian harga dengan ukuran sayuran organik	129	86%	Sangat Puas
4.	Kemudahan sayuran organik untuk Ditemukan di pasaran	133	88.67%	Sangat Puas
5.	Ketersediaan sayuran organik Banyak	136	90.67%	Sangat Puas
Jumlah		667	444.67	
Rata-rata		133.4	88.93	Sangat Puas

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 10 menunjukkan rata-rata tanggapan responden harga dan ketersediaan produk sayuran organik adalah 88.93% dengan kriteria sangat puas. Secara keseluruhan responden sangat puas

terhadap harga dan ketersediaan produk sayuran organik Jumbo pasar swalayan dilihat dari harga jual sayuran organik, kesesuaian harga dengan kualitas sayuran organik, kesesuaian harga dengan ukuran sayuran organik, kemudahan sayuran organik ditemukan dan ketersediaan sayuran organik banyak.

Indikator harga dan ketersediaan produk sayuran organik memperoleh penilaian tinggi dengan kategori sangat puas. Pernyataan 1 adalah indeks kepuasan konsumen tertinggi, yaitu 91.33%, sedangkan pernyataan 5 mendapat indeks 90.67%, pernyataan 4 mendapat indeks 88.67%, pernyataan 2 mendapatkan indeks 88% dan pernyataan 3 mendapatkan indeks 86%. Harga jual sayuran organik yang ditawarkan produsen masih bisa dijangkau konsumen, sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh, sesuai dengan ukuran yang ditawarkan dan ketersediaan sayuran organik banyak sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan keinginan.

Kesegaran (Penampilan Fisik Sayuran Organik)

Penampilan fisik suatu produk merupakan salah satu poin penilaian awal sebelum konsumen memutuskan membeli. Penampilan fisik yang menarik membentuk sebuah persepsi bagi konsumen bahwa produk tersebut melampaui standar kualitas yang berada dibenak mereka. Kesegaran penampilan fisik sayuran organik dapat dilihat berdasarkan:

1. Warna sayuran organik cerah

Warna merupakan salah satu bentuk cara penyampaian sebuah pesan suatu produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga warna menjadi elemen visual yang utama sebuah produk.

Tabel 11. Penilaian Responden Terhadap Warna Sayuran Organik Cerah

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	12	40	60
2.	Puas	4	17	56.67	68
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	1	3.33	3
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	131

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 11 menunjukkan 12 orang (40%) sangat puas, 17 orang (56.67%) puas dan 1 orang (3.33%) ragu-ragu/kurang puas terhadap kecerahan warna produk sayuran organik.

Menurut responden warna sayuran organik yang ditawarkan Jumbo pasar swalayan dalam kondisi yang cerah. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{131}{150} \times 100 = 87.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

2. Sayuran organik tidak mudah busuk

Tabel 12. Penilaian Responden Terhadap Sayuran Organik Tidak Mudah Busuk

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	12	40	60
2.	Puas	4	13	43.33	52
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	3	10	9
4.	Tidak Puas	2	2	6.67	4
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	125

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 12 menunjukkan 12 orang (40%) sangat puas 13 orang (43.33%) puas, 3 orang (10%) ragu-ragu/kurang puas terhadap sayuran organik tidak mudah busuk. Sayuran organik yang ditawarkan masih segar dalam kondisi baik dan sayuran organik langsung diolah. Terdapat 2 orang (10%) tidak setuju terhadap sayuran organik tidak mudah busuk, responden meragukan sayuran organik tidak mudah busuk karena sayuran organik tidak mengandung pengawet. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{125}{150} \times 100 = 85.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas

3. Sayuran organik lebih sehat

Sayuran organik dipercaya sangat baik bagi kesehatan konsumen karena dianggap tidak mengandung atau terkontaminasi zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan fisik konsumen.

Tabel 13. Penilaian Responden Terhadap Sayuran Organik Lebih Sehat

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	16	53.33	80
2.	Puas	4	12	40	48
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	2	6.67	6
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	134

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Hasil penelitian menurut responden mengenai kepuasan konsumen terhadap kesegaran (penampilan fisik sayuran organik) dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Rekapitulasi dari Total Skor Kepuasan Konsumen Terhadap Kesegaran (Penampilan Fisik Sayuran Organik)

No.	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan	Kategori
1.	Warna sayuran organik cerah	131	87.33%	Sangat Puas
2.	Sayuran organik tidak mudah busuk	125	85.33%	Sangat Puas
3.	Sayuran organik lebih sehat	134	89.33%	Sangat Puas
Jumlah		390	258.99	
Rata-rata		130	86.33	Sangat Puas

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 14 menunjukkan rerata tanggapan responden terhadap kesegaran (penampilan fisik sayuran organik) adalah 86.33% dengan kriteria sangat puas. Secara keseluruhan responden sangat puas terhadap kesegaran (penampilan fisik sayuran organik) di Jumbo pasar swalayan dilihat dari warna sayuran organik cerah, sayuran organik tidak mudah busuk, sayuran organik lebih sehat.

Indikator kesegaran (penampilan fisik sayuran organik) memperoleh penilaian tinggi dengan kategori sangat puas. Pernyataan 3 indeks kepuasan konsumen tertinggi yaitu 89.33%, sedangkan pernyataan 1 mendapat indeks 87.33 dan pernyataan 2 mendapatkan indeks 85.33%. Warna sayuran organik yang ditawarkan Jumbo pasar swalayan dalam kondisi cerah dan baik.

Tempat

Tempat usaha menjadi hal yang perlu diperhatikan. Konsumen akan lebih tertarik berbelanja jika tempat usaha nyaman untuk dikunjungi. Persepsi responden terhadap tempat dapat dilihat berdasarkan:

1. Kebersihan ruangan

Kebersihan ruangan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Ruangan bersih akan menambah daya tarik konsumen berbelanja.

Tabel 15. Penilaian Responden Terhadap Kebersihan Ruangan

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	18	60	90
2.	Puas	4	10	33.33	40
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	2	6.67	6
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		30	100	100	136

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 15 menunjukkan 18 orang (60%) sangat puas, 10 orang (33.33%) puas, 2 orang (6.67%) ragu-ragu/kurang puas terhadap kebersihan ruangan. Konsumen merasa lebih segar dengan kebersihan ruangan Jumbo pasar swalayan, sehingga memilih produk konsumen merasa lebih tenang dan fokus. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{136}{150} \times 100 = 90.67\%$$

Sehingga interpretasi nilai berada pada kategori sangat puas.

2. Kenyamanan ruangan

Tabel 16. Penilaian Responden Terhadap Kenyamanan Ruangan

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	18	60	90
2.	Puas	4	10	33.33	40
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	2	6.67	6
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		30	100	100	136

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 16 menunjukkan 18 orang (60%) sangat puas, 10 orang (33.33%) puas, 2 orang (6.67%) ragu-ragu/kurang puas terhadap kenyamanan ruangan. Ruangan di Jumbo pasar swalayan tertata dengan rapih dan konsumen merasa nyaman saat memilih produk. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{136}{150} \times 100 = 90.67\%$$

Sehingga interpretasi nilai berada pada kategori sangat puas.

Tabel 17. Rekapitulasi dari Total Skor Kepuasan Konsumen Terhadap Tempat

No.	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan	Kategori
1.	Kebersihan ruangan	136	90.67%	Sangat Puas
2.	Kenyamanan ruangan	126	90.67%	Sangat Puas
Jumlah		272	181.34	
Rata-rata		136	90.67	Sangat Puas

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 17 menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap tempat adalah 90.67% dengan kriteria sangat puas. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan responden sangat puas terhadap tempat di Jumbo pasar swalayan yang dilihat dari kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan.

Indikator tempat memperoleh penilaian yang tinggi dengan kategori sangat puas. Pernyataan 1 dan 2 memperoleh indeks kepuasan 90.67%. Ruangan yang ada di pasar swalayan Jumbo bersih dan tertata rapi sehingga konsumen merasa lebih segar, tenang dan fokus dalam memilih produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan berkaitan harapan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Layanan disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari:

1. Kualitas dan keandalan jasa pelayanan (kecepatan dalam pelayanan)

Kecepatan pelayanan berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk. Kecepatan pelayanan akan menimbulkan kesan atau nilai dari pelanggan.

Tabel 18. Penilaian Responden Terhadap Kualitas dan Keandalan Jasa Pelayanan (Kecepatan dalam Pelayanan)

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	15	50	75
2.	Puas	4	14	46.67	56
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	1	3.33	3
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	134

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 18 menunjukkan 15 orang (50%) sangat puas, 14 orang (46.67%) puas, 1 orang (3.33%) memilih ragu-ragu/ kurang puas terhadap kecepatan pelayanan. Menurut responden karyawan Jumbo pasar swalayan sigap melayani konsumen sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama untuk dapat dilayani. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{134}{150} \times 100 = 89.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berada pada kategori sangat puas

2. Kecepatan menanggapi keluhan

Kecepatan menanggapi keluhan merupakan hal krusial. Bila keluhan segera ditangani dengan cepat maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan.

Tabel 19. Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Menanggapi Keluhan

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	8	26.67	40
2.	Puas	4	16	53.33	64
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	6	20	18
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	122

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 19 menunjukkan bahwa terdapat 8 orang (26.67%) sangat puas, 16 orang (53.33%) puas, 6 orang (20%) memilih ragu-ragu/kurang puas terhadap kecepatan menanggapi keluhan. Sebab setiap keluhan konsumen selalu di tangai dengan baik oleh pihak Jumbo pasar swalayan. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{122}{150} \times 100 = 81.33\%$$

3. Keyakinan (kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan)

Kemampuan karyawan menjelaskan bahwa produk menjadi nilai tambah. Karyawan yang mampu menjelaskan detail produk akan meyakinkan konsumen untuk membeli dan konsumen akan merasa puas jika mengetahui detail dari produk.

Tabel 20. Penilaian Responden Terhadap Keyakinan (Kemampuan Karyawan dalam Menjelaskan Produk)

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	4	13.33	20
2.	Puas	4	18	60	72
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	8	26.67	24
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	116

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 20 menunjukkan 4 orang (13.33%) sangat puas, 18 orang (60%) puas, 8 orang (26.67%) memilih ragu-ragu/kurang puas terhadap kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk. Responden puas dengan kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk memperoleh angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{134}{150} \times 100 = 89.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berada pada kategori puas.

4. Keramahan dan kesopanan karyawan

Karyawan yang ramah dan sopan membuat konsumen merasa dihargai dan membuat konsumen kembali berbelanja.

Tabel 21. Penilaian Responden Terhadap Keramahan dan Kesopanan Karyawan

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	11	36.67	55
2.	Puas	4	16	53.33	64
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	3	10	9
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	128

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 21 menunjukkan 11 orang (36.67%) sangat puas, 16 orang (53.33%) puas, 3 orang (10%) memilih ragu-ragu/kurang puas terhadap keramahan dan kesopanan karyawan. Prilaku karyawan yang ramah saat melayani pelanggan, sopan dalam menyampaikan informasi dan ramah menjawab memperoleh angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{128}{150} \times 100 = 85.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai berkategori sangat puas.

5. Penampilan karyawan

Tabel 21. Penilaian Responden Terhadap Penampilan Karyawan

No.	Jawaban	Skor	Jumlah Responden	%	Total Skor
1.	Sangat Puas	5	17	56.67	85
2.	Puas	4	11	36.67	44
3.	Ragu-ragu/ Kurang Puas	3	2	6.66	6
4.	Tidak Puas	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total			30	100	135

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 22 menunjukkan 17 orang (56.67%) sangat puas, 11 orang (36.67%) puas, 2 orang (6.67%) memilih raguragu/kurang puas terhadap penampilan karyawan. Menurut responden penampilan karyawan menarik dan memiliki ciri khas tersendiri sehingga konsumen dapat mengenali karyawan. Angka indeks yang diperoleh:

$$\frac{134}{150} \times 100 = 89.33\%$$

Sehingga interpretasi nilai bekategori puas.

Tabel 23. Rekapitulasi dari Total Skor Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan	Kategori
1.	Kualitas dan keandalan jasa pelayanan	134	89.33%	Sangat Puas
2.	Kecepatan menanggapi keluhan	122	81.33%	Sangat Puas
3.	Keyakinan (Kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang di tawarkan)	116	77.33%	Puas
4.	Keramahan dan kesopanan karyawan	128	85.33%	Sangat Puas
5.	Keramahan dan kesopanan karyawan	135	90%	Sangat Puas
Jumlah		635	423.32	
Rata-rata		127	84.66	Sangat Puas

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Tabel 23 menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas dan pelayanan adalah 84.66% dengan kriteria sangat puas. Secara keseluruhan responden sangat puas terhadap kualitas pelayanan Jumbo pasar swalayan dilihat dari kualitas dan keandalan jasa pelayanan, kecepatan menanggapi keluhan, keyakinan, keramahan dan kesopanan karyawan serta penampilan karyawan.

Indikator kualitas pelayanan memperoleh penilaian tinggi dengan kategori sangat puas. Pernyataan 5 indeks kepuasan konsumen tertinggi yaitu 90%, pernyataan 1 mendapat indeks 89.33%, pernyataan 4 mendapat indeks 85.33%, pernyataan 2 mendapatkan indeks 81.33% dan pernyataan 3 mendapatkan indeks 77.33%.

Rekapitulasi Hasil Skor Tingkat Kepuasan Sayuran Organik di Jumbo Pasar Swalayan

Rangkuman rekapitulasi skor indeks tingkat kepuasan konsumen sayuran organik berdasarkan harga dan ketersediaan produk sayuran organik, kesegaran (penampilan fisik sayuran), tempat, dan kualitas pelayanan Jumbo pasar swalayan menggunakan 4 variabel sebagai tolak ukur.

Tabel 24. Rekapitulasi dari Total Skor Kepuasan Konsumen Sayuran Organik di Jumbo Pasar Swalayan

No.	Pertanyaan	Total Skor	Indeks Kepuasan	Kategori
1.	Harga dan ketersediaan produk sayuran organik	667	88.93%	Sangat Puas
2.	Kesegaran (penampilan fisik sayuran organik)	272	90.67%	Sangat Puas

3. Tempat	390	86.33%	Sangat Puas
4. Kualitas pelayanan	635	84.66%	Sangat Puas
Total	1964	350.59	

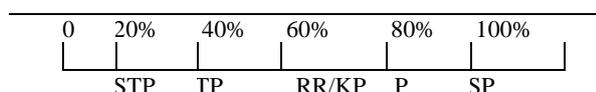
Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sayuran organik Jumbo pasar swalayan dihitung jumlah skor untuk setiap variabel. Jumlah hasil skor 1964, dikalikan dengan 100% menghasilkan angka indeks tingkat kepuasan konsumen sayuran organik sebesar 87.29% berkategori sangat puas.

Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik =

$$\frac{1964}{2250} \times 100 = 87.29\%$$

Dengan Interpretasi Skor:



Gambar 1. Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik di Jumbo Pasar Swalayan
Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2022)

Skala tingkat kepuasan konsumen sayuran organik Jumbo pasar swalayan secara keseluruhan presentase hasil analisis menggunakan skala likert berada pada angka indeks 87.29% tergolong kategori sangat puas. Secara keseluruhan konsumen mencapai kepuasan dengan sayuran organik yang ada Jumbo pasar swalayan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kesegaran (penampilan fisik sayuran organik) yang memiliki tingkat kepuasan paling tinggi sebesar 90.67%. Hal ini menunjukkan konsumen merasa sangat puas dari seluruh penilaian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sayuran organik di Jumbo pasar swalayan Manado tergolong dalam kategori sangat puas, berdasarkan hasil penelitian dengan indeks 87.29%. Konsumen merasa sangat puas dengan harga yang murah sesuai dengan produk dan ketersediaan sayuran organik yang lengkap dan segar. Tempat yang nyaman dan bersih serta pelayanan yang baik dari karyawan.

Saran

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pihak Jumbo pasar swalayan perlu memperhatikan kualitas pelayanan terutama kemampuan karyawan menjelaskan produk yang ditawarkan. Hal ini penting, untuk mempertahankan konsumen dan mendapatkan konsumen lebih banyak untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2014. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers. Jakarta.
- BPS. 2013. Produk Domestik Bruto Per Kapita, Produk Nasional Bruto Per Kapita dan Pendapatan Nasional Per Kapita, 2000-2013.
- Rasmikayati, E., I. Setiawan., & B.R. Saefudin. 2017. Kajian Karakteristik, Perilaku dan Faktor Pendorong Petani Muda Terlibat dalam Agribisnis Pada Era Pasar Global. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 6(1): 351-364.