

Analisis Kepuasan Konsumen Produk Tahu Goreng Rajab Menggunakan Metode CSI dan IPA di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin

Fikri Apriansa¹, Emanauli², Fenny Permata Sari³, Fera Oktaria⁴

Universitas Jambi, Indonesia

E-mail Korespondensi : fennyps@unja.ac.id³

Submitted: 08th April 2026 | **Edited:** 26th May 2026 | **Issued:** 01th June 2026

Cited on: Apriansa, F., Emanauli, E., Sari, F. P., & Oktaria, F. (2026). Analisis Kepuasan Konsumen Produk Tahu Goreng Rajab Menggunakan Metode CSI dan IPA di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 5(1), 93-101.

ABSTRACT

The competitiveness of food products requires continuous evaluation of consumer satisfaction to ensure product quality and market sustainability in local culinary businesses such as Rajab Fried Tofu in Talang Kelapa District, Banyuasin Regency. This study aims to analyze consumer satisfaction and identify important product attributes of Rajab Fried Tofu using CSI and IPA methods. A quantitative descriptive approach was applied using primary and secondary data collected through questionnaires from 60 respondents selected by cluster random sampling. Validity and reliability tests, Customer Satisfaction Index (CSI), and Importance Performance Analysis (IPA) were employed to evaluate overall satisfaction and attribute performance. The results show a CSI value of 0.862 indicating very high consumer satisfaction, while IPA identifies taste, aroma, texture, color, size, shelf life, and price as key attributes, with color, price, texture, size, and shelf life prioritized for improvement. This study provides recommendations for producers to prioritize improvement on attributes with high importance and lower performance in order to enhance customer satisfaction and strengthen product competitiveness in the local market. Furthermore, the combination of CSI and IPA is effective in providing a comprehensive evaluation of consumer satisfaction and strategic improvement priorities for food product development in Indonesian small and medium enterprises context.

Keywords: Consumer Satisfaction, Fried Tofu, CSI, IPA, Talang Kelapa

PENDAHULUAN

Tahu merupakan salah satu produk pangan berbahan baku kedelai yang memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan protein masyarakat Indonesia. Tingginya tingkat konsumsi tahu menunjukkan bahwa produk ini menjadi salah satu sumber pangan yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Menurut Dewi dan Saputra (2020), konsumsi produk olahan kedelai di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin sadar akan kebutuhan gizi seimbang.

Pengembangan industri pangan berbasis kedelai, khususnya industri tahu, memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan pasar serta kemudahan dalam proses produksi yang dapat dilakukan oleh usaha kecil dan menengah. Putra et al. (2022) menyatakan bahwa industri berbasis kedelai memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan

nilai tambah sektor agroindustri di Indonesia.

Selain aspek produksi, kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada kesesuaian antara harapan dan kinerja produk yang diterima. Lestari dan Wibowo (2020) menjelaskan bahwa atribut produk seperti rasa, tekstur, harga, dan daya tahan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada produk makanan.

Seiring meningkatnya persaingan usaha kuliner, pelaku industri dituntut untuk mampu mempertahankan kualitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini juga berlaku pada usaha tahu goreng yang menghadapi persaingan ketat di pasar lokal. Sari dan Andriani (2021) menyebutkan bahwa persaingan usaha makanan mendorong pelaku usaha untuk lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen.

Tahu Goreng Rajab merupakan salah satu usaha pengolahan tahu yang telah berdiri sejak lama di Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini mengalami fluktuasi penjualan yang mengindikasikan adanya perubahan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hidayat dan Fadillah (2019) menegaskan bahwa penurunan penjualan pada usaha makanan sering kali berkaitan dengan ketidaksesuaian atribut produk terhadap harapan konsumen.

Oleh karena itu, diperlukan analisis kepuasan konsumen untuk mengidentifikasi atribut produk yang dianggap penting serta tingkat kinerjanya. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen secara komprehensif. Nugroho et al. (2023) dan Ramadhan et al. (2025) menyatakan bahwa kombinasi CSI dan IPA efektif dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas produk serta meningkatkan daya saing usaha.

LANDASAN TEORI

Kepuasan konsumen merupakan variabel utama dalam penelitian ini yang mencerminkan tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka. Menurut Tjiptono dan Diana (2020), kepuasan konsumen terbentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap pengalaman konsumsi suatu produk. Semakin sesuai kinerja produk dengan harapan konsumen, maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang terdiri dari beberapa atribut seperti rasa, tekstur, aroma, warna, ukuran, harga, dan daya tahan produk. Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Atribut produk merupakan elemen penting yang digunakan konsumen untuk menilai suatu produk secara keseluruhan. Menurut Firmansyah (2020), atribut produk berperan sebagai penentu persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk, di mana setiap atribut memiliki kontribusi berbeda terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi variabel penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Lupiyoadi (2021) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kesesuaian antara manfaat produk dengan biaya yang dikeluarkan. Harga yang sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Metode Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja

atribut produk. Menurut Santoso dan Wijaya (2022), CSI memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan konsumen yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kualitas layanan atau produk.

Sementara itu, Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk memetakan atribut-atribut produk berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja. Haryanto et al. (2023) menjelaskan bahwa IPA efektif dalam menentukan prioritas perbaikan atribut produk yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hubungan antara atribut produk, harga, dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dapat dianalisis secara lebih komprehensif melalui kombinasi metode CSI dan IPA.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Tahu Goreng Rajab di Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh gambaran kondisi lapangan secara nyata. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berasal dari catatan atau arsip terkait objek penelitian. Kuesioner disusun dalam bentuk daftar pertanyaan terstruktur yang diberikan kepada responden, dengan pengukuran menggunakan skala Likert untuk mengetahui sikap dan penilaian konsumen terhadap atribut produk.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Cluster Random Sampling. Teknik ini digunakan karena populasi penelitian tersebar pada beberapa pedagang Tahu Goreng Rajab di lokasi yang berbeda. Terdapat enam pedagang sebagai populasi penelitian, dan dari masing-masing pedagang diambil sepuluh responden, sehingga jumlah total responden adalah 60 orang. Teknik ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap kelompok dalam populasi untuk dijadikan sampel penelitian.

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel utama, yaitu kualitas produk dan harga. Variabel kualitas produk mencakup beberapa atribut, yaitu rasa, ukuran, tekstur, warna, dan masa simpan. Sementara itu, variabel harga diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap kesesuaian harga produk Tahu Goreng Rajab dengan kualitas yang diterima. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Pengujian instrumen penelitian dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur aspek yang diteliti. Sementara itu, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden, sehingga instrumen penelitian dapat dikatakan layak digunakan apabila hasil pengukuran menunjukkan kestabilan.

Analisis data tingkat kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk. Sementara itu, IPA digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut sehingga dapat diketahui prioritas perbaikan yang diperlukan. Hasil dari kedua metode tersebut diolah menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS versi 25. Melalui CSI diperoleh nilai indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan,

sedangkan IPA digunakan untuk mengidentifikasi atribut yang menjadi prioritas utama dalam peningkatan kualitas produk berdasarkan persepsi konsumen.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas konsumen Tahu Goreng Rajab adalah perempuan dengan persentase 92%, sedangkan laki-laki hanya 8%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen perempuan lebih dominan dalam pembelian produk tersebut.

Dilihat dari kelompok usia, konsumen terbanyak berada pada rentang usia 40–45 tahun sebanyak 20 orang (33%). Kemudian diikuti usia 35–39 tahun sebanyak 16 orang (27%), usia 30–34 tahun sebanyak 12 orang (20%), usia 20–24 tahun sebanyak 7 orang (12%), dan usia 25–29 tahun sebanyak 5 orang (8%). Data ini menunjukkan bahwa pembeli didominasi oleh kelompok usia dewasa.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar konsumen merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebanyak 36 orang (60%). Sisanya adalah lulusan Sekolah Dasar (SD) sebanyak 1 orang (2%), Diploma sebanyak 8 orang (13%), dan Sarjana sebanyak 8 orang (13%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berasal dari berbagai tingkat pendidikan, dengan dominasi pendidikan menengah.

Ditinjau dari pekerjaan, sebagian besar konsumen berada pada kategori lain-lain sebanyak 42 orang (70%). Selain itu, konsumen bekerja sebagai wirausaha sebanyak 5 orang (8%), pegawai swasta sebanyak 6 orang (10%), pelajar atau mahasiswa sebanyak 4 orang (7%), dan PNS sebanyak 3 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa produk dikonsumsi oleh berbagai kelompok pekerjaan.

Berdasarkan tingkat pendapatan, konsumen dengan penghasilan Rp2.000.000–Rp3.000.000 merupakan kelompok terbanyak yaitu 42 orang. Data ini menunjukkan bahwa produk Tahu Goreng Rajab banyak dikonsumsi oleh masyarakat dengan tingkat pendapatan menengah.

Secara keseluruhan, profil responden menunjukkan bahwa konsumen Tahu Goreng Rajab didominasi oleh perempuan usia dewasa, berpendidikan SMA, serta berasal dari berbagai jenis pekerjaan dengan pendapatan menengah.

Analisis Data

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel tingkat kepentingan yang terdiri dari 7 pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,254). Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Pada variabel tingkat kepentingan, nilai r hitung tertinggi terdapat pada atribut rasa tahu goreng yaitu sebesar 0,916, sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut warna yaitu sebesar 0,763. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh atribut memiliki hubungan yang kuat dan memenuhi kriteria validitas.

Hasil uji reliabilitas pada variabel tingkat kepentingan juga menunjukkan hasil yang baik. Nilai Cronbach's Alpha tertinggi terdapat pada atribut ukuran yaitu sebesar 0,931, sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut rasa yaitu sebesar 0,920. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

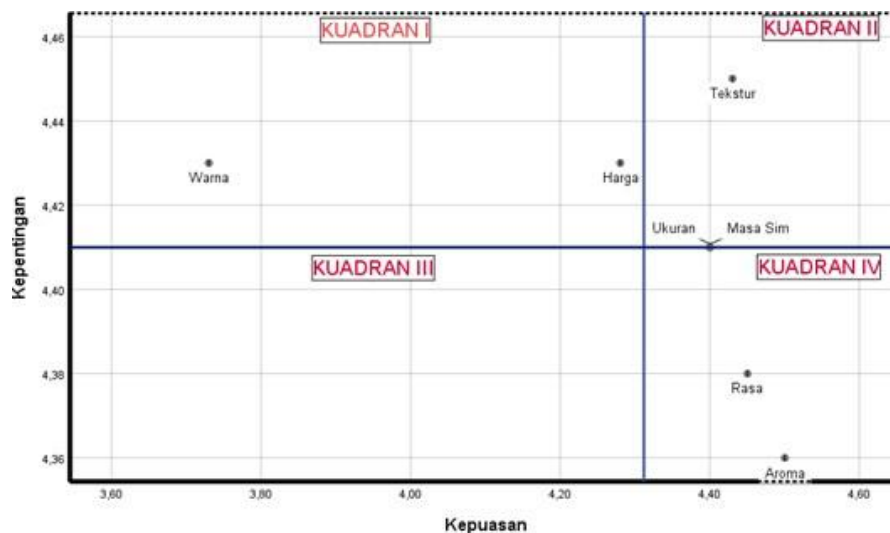
Metode Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Berdasarkan hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI), diperoleh

bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan (I) sebesar 30,87 dan total skor hasil perkalian antara kepentingan dan kepuasan ($I \times P$) sebesar 133,11. Perhitungan CSI dilakukan dengan membagi total skor tersebut dengan hasil perkalian skala maksimal (5) dan nilai rata-rata kepentingan, sehingga diperoleh nilai CSI sebesar 0,862. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap Tahu Goreng Rajab berada pada kategori sangat puas, karena berada pada rentang 0,81–1,00. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan konsumen menilai atribut rasa, ukuran, tekstur, aroma, harga, masa simpan, dan warna produk telah memenuhi harapan, meskipun masih terdapat beberapa atribut yang memiliki nilai kepuasan relatif lebih rendah dibandingkan yang lain.

Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis (IPA) yang melibatkan 60 responden, diperoleh skor rata-rata tingkat kepuasan sebesar 4,31 dan skor rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,41. Nilai rata-rata ini kemudian digunakan sebagai titik potong pada diagram kartesius, yaitu pada koordinat (4,31; 4,41), yang membagi atribut ke dalam empat kuadran IPA. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kuadran I (prioritas utama) diisi oleh atribut warna dan harga, yang berarti kedua atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen namun kinerjanya masih perlu ditingkatkan. Kuadran II (pertahankan prestasi) mencakup atribut tekstur, ukuran, dan masa simpan, yang dinilai penting dan telah memiliki kinerja yang baik sehingga perlu dipertahankan. Kuadran III (prioritas rendah) tidak ditemukan atribut yang termasuk di dalamnya, sehingga tidak ada aspek yang dianggap kurang penting dengan kinerja rendah. Sementara itu, kuadran IV (berlebihan) diisi oleh atribut rasa dan aroma, yang menunjukkan bahwa kedua atribut tersebut memiliki kinerja yang tinggi meskipun tingkat kepentingannya relatif lebih rendah menurut persepsi konsumen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa prioritas perbaikan utama perlu difokuskan pada atribut warna dan harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.



Gambar 1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis

Pada Gambar 1 terlihat ke-7 atribut tahu goreng yang dianalisis tersebar ke empat bagian diagram kartesius dimana masing-masing kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda-beda dan batas wilayah pada diagram kartesius yaitu a (batas sumbu x) = 4,31 dan batas b (batas sumbu y) = 4,41. Dari diagram kartesius didapatkan data bahwa ada beberapa atribut yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Berikut

adalah penjelasan bagian dari masing-masing kuadran.

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah tetapi memiliki tingkat kepentingan yang tinggi). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan karena konsumen menganggap atribut yang ada pada kuadran ini penting dan menjadi perhatian bagi mereka. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga performance variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat. Berdasarkan diagram kartesius pada kuadran I terdapat dua atribut yang menjadi prioritas utama yaitu :

1. Warna Produk

Warna tahu goreng Rajab yang dipasarkan yaitu kuning gelap kecoklatan, Atribut ini dianggap penting namun penelitian menunjukkan konsumen cukup puas terhadap atribut warna namun atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan karena belum sesuai dengan warna yang diinginkan konsumen, dimana konsumen menginginkan warna kuning kecoklatan. warna ini dipengaruhi pada saat proses penggorengan yang tidak memperhatikan suhu dan waktunya, sedangkan warna yang diharapkan konsumen adalah kuning kecoklatan.

2. Harga

Harga tahu goreng Rajab yang beredar dipasaran perlu untuk diperhatikan kembali karena responden berpendapat harga tahu goreng Rajab cukup mahal yaitu sebesar Rp.500 sedangkan, rata-rata harga penjual lain berkisar dari harga Rp.300-Rp.450. Konsumen puas dengan harga yang mereka dapatkan dipasaran. Namun, Atribut harga menjadi penting apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen dalam membeli dan sesuai apa yang didapat konsumen.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II atau pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaan atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan harapan konsumen (tingkat kinerja dinilai baik oleh konsumen). Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk unggul di mata konsumen. Atribut yang masuk ke dalam kuadran II (Pertahankan Prestasi) ini adalah:

1. Tekstur

Atribut ini dianggap penting oleh konsumen untuk mempertahankan kepuasan konsumen kinerja dari tekstur tahu goreng. Tekstur tahu goreng Rajab yang lunak dinilai sudah baik oleh konsumen dan berada pada kategori puas, sehingga perlu dipertahankan agar dapat meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Tekstur memiliki pengaruh yang penting terhadap produk misalnya kelunakan dan kekerasan suatu produk tahu goreng.

2. Ukuran

Ukuran tahu goreng Rajab yang dijual dipasaran cukup besar dan berada pada kategori puas serta sudah sesuai dengan ukuran yang diharapkan konsumen, sehingga pihak Rajab diharapkan dapat mempertahankan atribut ini.

3. Masa simpan

Masa simpan tahu goreng Rajab cukup lama dan konsumen sudah puas dengan atribut ini. Sehingga diharapkan pihak Bapak Rajab mempertahankan atribut ini

karena sudah baik dimata konsumen..

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini dianggap kurang penting bagi konsumen dan pelaksanaannya tidak terlalu istimewa bagi produsen. Atribut-atribut yang ada pada kuadran ini dirasa tidak terlalu mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dari ke-7 atribut yang diteliti dari produk tahu goreng tidak ada yang menunjukkan adanya atribut yang masuk ke dalam kuadran III atau atribut yang memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah menurut konsumen.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut ini dianggap berlebihan karena berdasarkan diagram kartesius nilai kepuasan dari atribut ini memiliki nilai yang tinggi tetapi memiliki nilai kepentingan yang rendah, karena konsumen merasa atribut-atribut ini sudah memuaskan bagi mereka. Dengan demikian selaku pemilik usaha sebaiknya melakukan alokasi sumber daya pada kuadran ini ke atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi seperti atribut pada kuadran I.

1. Rasa

Rasa tahu goreng Rajab cukup asin dan pada saat membeli konsumen tidak selalu mengkonsumsi produk secara langsung melainkan diolah terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Sehingga atribut ini dianggap kurang penting oleh konsumen dibanding atribut lainnya. Rasa sangat penting untuk produk-produk makanan dan minuman, maka produk makanan yang baik haruslah lebih menekankan citarasanya

2. Aroma

Konsumen puas dengan aroma tahu goreng Bapak Rajab karena konsumen berpendapat aroma tahu goreng Rajab cukup khas yaitu aroma khas dari kedelai dan membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Aroma yang dikeluarkan oleh setiap makanan dan minuman berbeda-beda akan memberikan aroma yang berbeda pula. Disamping itu senyawa aroma memainkan peran penting dalam produksi penyedap, yang digunakan di industri jasa makanan, untuk meningkatkan rasa dan umumnya meningkatkan daya tarik produk makanan tersebut.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap Tahu Goreng Rajab berada pada kategori sangat puas berdasarkan nilai Customer Satisfaction Index (CSI). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum produk telah mampu memenuhi harapan konsumen pada berbagai atribut seperti rasa, tekstur, aroma, ukuran, harga, masa simpan, dan warna. Kondisi ini sejalan dengan temuan Anam et al. (2022) yang menyatakan bahwa nilai CSI yang tinggi menggambarkan kesesuaian antara harapan dan kinerja produk yang berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen secara keseluruhan. Selain itu, Arista et al. (2024) juga menegaskan bahwa produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen pada sebagian besar atribut akan memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi, meskipun tetap terdapat atribut tertentu yang perlu diperbaiki untuk menjaga daya saing.

Hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa atribut warna dan harga berada pada kuadran prioritas utama, yang berarti kedua atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen tetapi kinerjanya masih belum optimal.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja yang perlu segera diperbaiki oleh produsen. Permata et al. (2023) menjelaskan bahwa atribut yang berada pada kuadran prioritas utama memiliki pengaruh besar terhadap penurunan kepuasan apabila tidak segera ditingkatkan. Selain itu, Widiyanto et al. (2025) menyebutkan bahwa aspek harga dan tampilan produk seperti warna merupakan faktor penting dalam industri makanan karena sangat memengaruhi persepsi nilai dan keputusan pembelian konsumen.

Sementara itu, atribut tekstur, ukuran, dan masa simpan berada pada kuadran pertahankan prestasi yang menunjukkan bahwa atribut tersebut telah sesuai dengan harapan konsumen dan perlu dipertahankan. Sebaliknya, atribut rasa dan aroma berada pada kuadran berlebihan yang berarti kinerjanya sudah baik tetapi tingkat kepentingannya relatif lebih rendah dibandingkan atribut lain. Mustafidah et al. (2023) menjelaskan bahwa kondisi ini menunjukkan adanya potensi efisiensi dalam pengelolaan sumber daya, sehingga fokus perbaikan dapat diarahkan pada atribut yang lebih prioritas. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas Tahu Goreng Rajab sebaiknya difokuskan pada perbaikan warna dan harga, tanpa mengabaikan konsistensi kualitas pada atribut yang sudah baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap Tahu Goreng Rajab berada pada kategori sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa produk telah mampu memenuhi ekspektasi konsumen secara umum. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sudah memiliki daya saing yang baik di pasar lokal, terutama dalam aspek rasa, tekstur, aroma, ukuran, harga, masa simpan, dan warna. Tingginya tingkat kepuasan ini juga mencerminkan bahwa hubungan antara kinerja produk dan harapan konsumen sudah relatif seimbang, sehingga produk memiliki peluang untuk mempertahankan loyalitas konsumen apabila kualitasnya tetap dijaga secara konsisten.

Namun demikian, hasil analisis juga menunjukkan bahwa masih terdapat aspek tertentu yang perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan produk, terutama yang berkaitan dengan kesesuaian harga dan tampilan visual produk. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa peningkatan daya saing usaha tidak hanya bergantung pada kualitas rasa, tetapi juga pada bagaimana produk dipersepsikan secara visual dan kesesuaian nilai yang diterima konsumen terhadap harga yang dibayarkan. Oleh karena itu, strategi pengembangan produk perlu difokuskan pada perbaikan atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun masih memiliki kesenjangan kinerja, sehingga dapat meningkatkan kepuasan secara berkelanjutan dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K., Wirawan, N. H., Kalista, A., & Anggraini, S. D. (2022). Analisis kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 88–99.
- Arista, I., Rustilawati, S., Pangestu, M. H., & Rukasah, W. (2024). Analisis keinginan dan kepuasan konsumen terhadap produk inovasi makanan menggunakan pendekatan CSI dan IPA. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 1–16.

- Dewi, R., & Saputra, A. (2020). Analisis konsumsi produk olahan kedelai di Indonesia. *Jurnal Gizi dan Pangan Indonesia*, 15(2), 112–120.
- Firmansyah, M. (2020). Peran atribut produk dalam pembentukan persepsi konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 45–58.
- Haryanto, B., Setiawan, A., & Pratama, D. (2023). Importance Performance Analysis dalam evaluasi kepuasan pelanggan. *Journal of Business and Service Management*, 25(1), 55–68.
- Hidayat, T., & Fadillah, M. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi penurunan penjualan pada usaha makanan kecil. *Jurnal Manajemen Industri*, 12(1), 33–42.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Customer-based product evaluation and satisfaction model. *Journal of Marketing Management*, 39(3), 210–225.
- Lestari, N., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen makanan olahan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(3), 201–210.
- Lupiyoadi, R. (2021). Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam industri makanan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 120–130.
- Mustafidah, M., Shavira, R. F., Kinanti, A. P., & Citraningsih, K. (2023). Study of consumer satisfaction levels using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) in e-service system. *Pharmaceutical and Biomedical Sciences Journal*, 6(1), 45–58.
- Nugroho, R., Santoso, B., & Pramono, D. (2023). Penerapan CSI dan IPA dalam analisis kepuasan pelanggan. *Jurnal Teknik Industri*, 20(2), 150–162.
- Permata, D. P., Almasdi, H., Syaleh, H., Rahmawaty, D., & Roninda, D. (2023). Analisis penerapan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam menentukan strategi peningkatan kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(3), 983–995.
- Putra, I., Kurniawan, D., & Arifin, Z. (2022). Pengembangan industri berbasis kedelai dalam agroindustri Indonesia. *Journal of Agroindustrial Technology*, 18(1), 45–56.
- Ramadhan, F., Utami, S., & Prasetyo, H. (2025). Customer satisfaction analysis in food industry using CSI and IPA. *Journal of Consumer Behavior Studies*, 22(1), 25–38.
- Santoso, D., & Wijaya, R. (2022). Customer Satisfaction Index sebagai alat ukur kepuasan pelanggan. *Journal of Industrial Engineering Research*, 18(4), 301–315.
- Sari, D., & Andriani, L. (2021). Persaingan usaha makanan dan strategi peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 98–107.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Analisis kepuasan pelanggan dalam perspektif pemasaran modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 14(2), 85–97.
- Widianto, M. R., Rizqi, A. W., & Lestari, N. (2025). Service quality evaluation using CSI and IPA methods in food and beverage industry. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 10(2), 155–167.