

## RINGKASAN

Meningkatnya permintaan terhadap komoditas sayuran di Indonesia seiring dengan meningkatnya konsumsi per kapita dan jumlah penduduk, ditambah meningkatnya kesadaran masyarakat akan kualitas benih dalam usahatani membuat toko-toko pertanian yang menjual benih dan sarana pertanian lain dengan beragam merek dan mutu kini semakin menjamur. Salah satunya yaitu Toko 'X' yang berada di Purwokerto. Untuk mempertahankan konsumen dan mendapatkan pelanggan yang loyal, Toko 'X' harus memahami dan mengetahui apa yang menjadi harapan konsumen. Hal itu dapat dilakukan dengan menganalisis perilaku konsumen yang berpengaruh terhadap bauran pemasaran Toko 'X'. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian benih pada Toko 'X', Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, 2) mengetahui kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian benih pada Toko 'X', Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, dan 3) mengetahui tingkat loyalitas konsumen di Toko 'X', Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 8 Maret sampai dengan 21 Maret 2019. Jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, sedangkan penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu menggunakan *accidental sampling*. Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Piramida Loyalitas.

Hasil penelitian menunjukkan 1) tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian benih di Toko 'X' berada pada tingkat 'puas' dengan persentase kepuasan konsumen sebesar 79%, 2) terdapat satu atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu atribut kerapian dan pengaturan tata letak toko, 3) tingkat loyalitas konsumen Toko 'X' masih rendah, hal ini dapat dilihat dari nilai *committed buyer* sebesar 16% yang lebih kecil dibandingkan nilai *switcher buyer* sebesar 48% pada tingkat piramida loyalitas.

## SUMMARY

*The increasing demand for vegetable commodities in Indonesia along with the increase in consumption per capita and population, coupled with the increase in public awareness of the quality of seeds in farming makes agricultural shops which sell seeds and other agricultural facilities with various brands and quality increasingly appear. One of them is the 'X' Shop in Purwokerto. To retain customers and get loyal customers, 'X' Shop must understand and know what consumers expect. This can be done by analyzing the consumer behavior that affects the 'X' Shop marketing mix. This study aims to 1) determine the consumer's decision-making process in purchasing seeds at the 'X' Shop, East Purwokerto, Banyumas District, 2) determine consumer satisfaction in buying seeds at the 'X' Shop, East Purwokerto, Banyumas District, and 3) find out the level of consumer loyalty in 'X' Shop, East Purwokerto, Banyumas District.*

*This research was conducted from March 8 to March 21, 2019. The number of consumers used as respondents was 100 people. The research method used is a survey method, while the sample were determined by using a non-probability sampling method that is using accidental sampling. The analysis used in this research is descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), and the Loyalty Pyramid.*

*The results showed 1) the level of consumer satisfaction of the purchase of seeds in the 'X' Shop was at the level of 'satisfied' with a percentage of consumer satisfaction of 79%, 2) there was one attribute that was the main priority to be improved, that is the neatness attributes and store layout settings, and 3) the level of consumer loyalty of the 'X' Shop is still low, this can be seen from the value of committed buyers by 16% which is smaller than the value of switcher buyers by 48% at the level of the loyalty pyramid.*