

RINGKASAN

Industri kecap merupakan salah satu industri yang bergerak pada sektor agroindustri. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2020 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kecap masyarakat Indonesia tahun 2015-2019 merupakan yang tertinggi urutan kedua setelah garam. Kebutuhan masyarakat akan kecap yang tinggi mengakibatkan perusahaan kecap juga berkembang dari skala lokal dan nasional. Kecap Merek A merupakan pelopor produk kecap lokal di Kabupaten Kebumen. Kehadiran produk-produk kecap yang berskala nasional merupakan sebuah tantangan besar bagi Kecap Merek A agar dapat tetap mempertahankan serta memperluas jaringan pemasaran yang dimilikinya. Pengetahuan mengenai sikap dan kepuasan konsumen memberikan keuntungan kepada Kecap Merek A agar dapat menyediakan kecap yang sesuai dengan harapan konsumen serta untuk menjawab tantangan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis sikap konsumen terhadap produk Kecap Merek A di Kota Kebumen Jawa Tengah berdasarkan atribut produk yang dimilikinya; 2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Kecap Merek A di Kota Kebumen Jawa Tengah berdasarkan atribut produk yang dimilikinya; 3) Menyusun strategi peningkatan kinerja atribut sebagai implikasi dari hasil penelitian di Kota Kebumen Jawa Tengah. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2021 di Kota Kebumen Kabupaten Kebumen Jawa Tengah dengan pertimbangan bahwa pabrik Kecap Merek A terletak di pusat Kota Kebumen dan Kota Kebumen merupakan salah satu wilayah pemasaran utama dari Kecap Merek A. Metode penelitian yaitu survei dan pengambilan responden dilakukan dengan metode *accidental sampling*. Responden penelitian sebanyak 100 orang berdasarkan syarat yang telah ditentukan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis uji instrumen data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis sikap *multiatribut fishbein* dan *customer satisfaction index (CSI)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut Kecap Merek A yang paling disukai konsumen berturut-turut adalah label halal, tanggal kadaluarsa, dan izin depkes dengan perolehan nilai sikap sangat positif, selanjutnya diikuti oleh atribut rasa khas, rasa manis, aroma, kekentalan, warna, dan ketersediaan yang dinilai positif oleh konsumen. Atribut harga, keberagaman kemasan, keberagaman ukuran, dan desain gambar/visual kemasan disikapi biasa saja oleh konsumen, sedangkan atribut yang tidak disukai oleh konsumen adalah atribut media promosi yang mendapat penilaian sikap negatif. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut Kecap Merek A di kota Kebumen memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 75,63% dimana dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah puas dengan atribut-atribut yang dimiliki Kecap Merek A.

SUMMARY

The soy sauce industry is one of the industries engaged in the agro-industry sector. According to data from the Central Statistics Agency (BPS) based on the 2020 National Socio-Economic Survey (SUSENAS) shows that the level of soy sauce consumption in Indonesia in 2015-2019 is the second highest after salt. The community's high demand for soy sauce has resulted in soy sauce companies also developing on a local and national scale. Brand K soy sauce is a pioneer of local soy sauce products in Kebumen Regency. The presence of soy sauce products on a national scale is a big challenge for Brand K soy sauce in order to maintain and expand its marketing network. Knowledge of consumer attitudes and satisfaction provides benefits to Brand K Soy Sauce in order to provide soy sauce that is in accordance with consumer expectations and to answer existing challenges.

This study aims to: 1) Analyze consumer attitudes towards brand K soy sauce products in Kebumen City, Central Java based on the product attributes they have; 2) Analyzing the level of consumer satisfaction with brand K soy sauce products in Kebumen City, Central Java based on product attributes owned; 3) Develop a strategy for improving the performance of attributes as an implication of the results of research in the City of Kebumen, Central Java. The research was conducted in January 2021 in Kebumen City, Kebumen Regency, Central Java with the consideration that the Brand K soy sauce factory is located in the center of Kebumen City and Kebumen City is one of the main marketing areas of Brand K soy sauce. The research method is survey and respondent taking is done by accidental sampling method. Research respondents were 100 people based on predetermined conditions. The data analysis method used is the analysis of the data instrument test using validity and reliability tests, descriptive analysis, fishbein multi-attribute attitude analysis and customer satisfaction index (CSI).

The results showed that the attributes of Brand K soy sauce that were most favored by consumers were halal labels, expiration dates, and Ministry of Health permits with a very positive attitude value, followed by attributes of distinctive taste, sweetness, aroma, viscosity, color, and availability that is rated positively by consumers. The price attributes, packaging diversity, size diversity, and packaging image/visual design are taken for granted by consumers, while the attributes that are not liked by consumers are promotional media attributes that receive a negative attitude assessment. The level of consumer satisfaction with the attributes of Brand K soy sauce in the city of Kebumen has a satisfaction index value of 75.63% which can be concluded that overall consumers are satisfied with the attributes of K soy sauce.