

## RINGKASAN

Meningkatnya permintaan buah selama pandemi *Covid-19*, membuat warga Purwokerto melihat peluang untuk mendirikan usaha kios buah. Banyaknya kios buah di wilayah Purwokerto menjadikan banyaknya persaingan diantara masing-masing kios buah untuk mencapai kepuasan konsumen yang diharapkan. Peningkatan jumlah kios buah belum tentu mengindikasikan bahwa pelayanan, harga, kualitas buah, varian produk yang disediakan, lokasi kios, tata ruang kios, dan lain sebagainya yang diberikan oleh kios buah tersebut sudah sesuai dengan harapan para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mengidentifikasi karakteristik konsumen yang membeli buah pada kios buah di wilayah Purwokerto, 2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen, 3) menganalisis kesenjangan (gap) antara kinerja dengan kepentingan atribut bauran pemasaran, dan 4) menentukan perbaikan atribut.

Penelitian dilaksanakan pada kios buah yang ada di Purwokerto yang membuka usahanya dipinggiran jalan, yaitu Kios Buah Rizqi, Kios Buah ZM, dan Kios Buah Keen. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Januari sampai dengan Bulan Februari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* berupa *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan pertimbangan karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga yaitu diambil sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen (tingkat kepentingan dan tingkat kinerja) dan bauran pemasaran 7P menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance and Performance Analysis (IPA)*, *GAP Analysis Method*, dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen yang membeli buah-buahan di kios buah wilayah Purwokerto yaitu mayoritas masyarakat berjenis kelamin perempuan, berusia 26-45 tahun, memiliki pendidikan akhir Sarjana (S1), memiliki pekerjaan pegawai swasta, berstatus sudah menikah, dan memiliki pendapatan per bulan Rp4.000.000 – Rp6.000.000. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, menunjukkan bahwa nilai kepuasan konsumen kios buah di wilayah Purwokerto secara menyeluruh yaitu sebesar 0,88 atau 88 persen yang berarti indeks kepuasan konsumen tersebut berada pada kriteria sangat puas. Atribut dari kios buah di wilayah Purwokerto yang diprioritaskan untuk diperbaiki karena sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu fasilitas pesan antar untuk pemesanan secara *online* (atribut nomor 22), pemesanan buah secara *online* (atribut nomor 21), dan promosi penjualan secara *online* (atribut nomor 13 dan 15).

## SUMMARY

*The increasing demand for fruit during the Covid-19 pandemic has made Purwokerto residents see opportunities to set up fruit stall businesses. The number of fruit stalls in the Purwokerto area makes a lot of competition between each fruit stall to achieve the expected consumer satisfaction. An increase in the number of sales does not necessarily indicate that the service, price, fruit quality, product variants provided, kiosk location, kiosk layout, and so on provided by the fruit kiosk are in line with customer expectations. This study aims to: 1) identify the characteristics of consumers who buy fruit at fruit stalls in the Purwokerto area, 2) analyze the level of consumer satisfaction, 3) analyze the gap (gap) between performance and the importance of marketing mix attributes, and 4) determine attribute improvement.*

*The research was carried out at fruit stalls in Purwokerto that opened their businesses on the side of the road, namely Rizqi Fruit Kiosk, ZM Fruit Kiosk, and Keen Fruit Kiosk. This research was conducted from January to February. The sampling technique used is a non-probability sampling technique in the form of accidental sampling. The number of samples taken in this study used the Lemeshow formula with the consideration that the population size was unknown or infinite, that is, 100 respondents were taken. The analytical method used to measure consumer satisfaction (level of importance and level of performance) and the 7P marketing mix used analysis of the Customer Satisfaction Index (CSI), Importance and Performance Analysis (IPA), GAP Analysis Method, and Potential Gain in Customer Value (PGCV).*

*The results showed that most consumers who buy fruit at fruit stalls in the Purwokerto area are the majority of people who are female, aged 26-45 years, have a Bachelor's degree (S1), work as private employees, are married, and have an income per month IDR 4,000,000 – IDR 6,000,000. The results of the calculation of the Customer Satisfaction Index (CSI) show that the value of customer satisfaction at fruit stalls in the Purwokerto area as a whole is 0.88 or 88 percent, which means that the consumer satisfaction index is in the criteria of very satisfied. Attributes of fruit stalls in the Purwokerto area that are prioritized for improvement because they greatly affect the level of consumer satisfaction, namely delivery facilities for ordering online (attribute number 22), ordering fruit online (attribute number 21), and online sales promotion (attribute number 13 and 15).*