

**CUSTOMER SATISFACTION ON CABLE CABLE PRODUCTS IN THE  
VERY HUNGARY DISTRICT LAND DISTRICT DISTRICT  
ROKAN HILIR**

**Syarief Hidayat<sup>1</sup>, Said Suhil Achmad<sup>2</sup>, Daeng Ayub<sup>3</sup>**

Email: syariefhidayatsar@gmail.com, upttpl@yahoo.co.id, saidsuhil@lecturer.unri.ac.id  
Phone Number: 085365851948

*Out of School Education Study Program  
Department of Educational Sciences  
Faculty of Teacher Training and Education  
Riau University*

**Abstract:** *The formulation of the problem in this research is how high the consumer satisfaction of chili chips product in Sedinginan Village, Tanah Putih Sub-district, Rokan Hilir Regency? How big is the contribution of consumer satisfaction to chili chips products based on the indicators used as a factor in the Village Sedinginan Tanah Putih District Rokan Hilir Regency? The benefits of this research is to contribute thoughts to the concept of customer satisfaction in urban Sedinginan. This research is descriptive with quantitative approach. The population in this study is 65 people. Sampling in this study using simple random sampling. The instrument used is a questionnaire containing 53 statement items. Consumer Satisfaction Of Chilli Chips Products In Kelurahan Sedinginan Tanah Putih Subdistrict Rokan Hilir Regency is measured by indicators (1) attitude, (2) feeling and (3) expectation. From the results of the study note that Consumer Satisfaction Against Chips Chili Products In Subdistrict Sedinginan Tanah Putih District Rokan Hilir Regency included in the high category. The highest mean on the expectation of consumer satisfaction with mean 3,98 and SD 0,91 then followed by attitude of consumer satisfaction with mean 3,89 and SD 1.00 and after that consumer satisfaction which is low is consumer feeling satisfaction that is mean 3, 87 and SD 0.99. Its meaning is the feeling is not very influential on consumer satisfaction chili chips.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction Against Product*

# KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KERIPIK CABE DI KELURAHAN SEDINGINAN KECAMATAN TANAH PUTIH KABUPATEN ROKAN HILIR

Syarief Hidayat<sup>1</sup>, Said Suhil Achmad<sup>2</sup>, Daeng Ayub<sup>3</sup>

Email: syariefhidayatsar@gmail.com, upttpl@yahoo.co.id, saidsuhil@lecturer.unri.ac.id

Telepon: 085365851948

Prodi Pendidikan Luar Sekolah  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Riau

**Abstrak:** Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa tinggi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir? Seberapa besar kontribusi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe berdasarkan indikator yang dijadikan faktor di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir? Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran terhadap konsep kepuasan konsumen yang berada di kelurahan Sedinginan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 65 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Instrumen yang digunakan adalah angket yang berisikan 53 item pernyataan. Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Cabe Di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir diukur dengan indikator (1) sikap, (2) perasaan dan (3) harapan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Cabe Di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir termasuk dalam kategori tinggi. Mean tertinggi pada harapan kepuasan konsumen dengan mean 3,98 dan SD 0,91 kemudian diikuti oleh sikap kepuasan konsumen dengan mean 3,89 dan SD 1,00 dan setelah itu kepuasan konsumen yang tergolong rendah adalah pada perasaan kepuasan konsumen yaitu dengan mean 3,87 dan SD 0,99. Maknanya adalah perasaan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen keripik cabe.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen Terhadap Produk

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional bisa di sebut sangat kompetitif. Hal ini karena banyak pesaing bisnis yang bergerak dibidang? produk atau jasa yang serupa. Selain itu globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap bagaimana orang di seluruh dunia percaya bahwa negara-negara dan kebudayaan lokal akan hilang diterpa kebudayaan dan ekonomi global yang homogen. Sehingga menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun yang telah terjadi. Tidak terkecuali terhadap perubahan gaya hidup seseorang dalam mengkonsumsi makanan saat ini. Kegiatan makan pada awalnya hanya untuk memenuhi kebutuhan asupan harian, namun zaman yang makin modern kegiatan mengkonsumsi makanan juga disertai dengan orientasi kepuasan atau kesenangan dalam kegiatan konsumsi itu sendiri. Bisnis di bidang makanan merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan, karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat. Ibu rumah tangga menjadi daya tarik tersendiri untuk berbisnis di bidang kuliner. Hal ini karena masyarakat di desa cenderung lebih konsumtif. Beraneka ragam jenis bisnis di bidang makanan yang ada saat ini salah satunya adalah industri rumah tangga memproduksi keripik cabe. Usaha keripik ubi ini semakin baik dalam perkembangannya, karena peluang untuk berhasil dalam usaha ini sangat besar. Usaha keripik ubi akan memiliki masa kejayaan yang panjang apabila dikelola dengan baik. Sejalan dengan menjamurnya usaha keripik ubi maka banyak pula konsep keripik ubi bermunculan. Untuk sebuah usaha kuliner kualitas harus selalu diperhatikan. Agar produk yang diberikan sesuai dengan kehendak pemakai jasa, ukuran keberhasilan produk tidak muncul dari pihak manajemen tapi dari pemakai jasa itu sendiri. produk pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan bentuk promosi perusahaan lainnya). Faktor-faktor di atas sangat memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, faktor tersebut mendorong pelanggan menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sementara perusahaan memiliki kesempatan untuk mengetahui lebih baik kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dengan kata lain pihak pemasar harus mengaktualisasi setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut menjadi kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya, karena jika tidak demikian, maka perusahaan akan ditinggal oleh pelanggan. Namun pada penelitian ini hanya akan membahas tentang kualitas produk. Hal ini karena kualitas produk merupakan bagian dari kepuasan konsumen. Produk yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan para konsumen, dan jika kualitas produk tidak diperhatikan maka tingkat kepuasan konsumen akan buruk. Konsumen merupakan pihak yang memegang peranan penting dalam menilai kualitas. Dari berbagai informasi seperti wawancara kepada 3 orang pemilik kedai (pemasar) dan ditemui 3 orang konsumen (1) Terdapat sikap positif yang dari konsumen terhadap produk, (2) Selanjutnya timbul perasaan emosional terhadap produk, (3) Seterusnya konsumen mempunyai harapan terhadap produk. Berdasarkan hal demikian, maka peneliti akan meneliti tentang kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe “cubolah kinyam” yang menjadi perhatian dari konsumen. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka masalah dalam

penelitian ini adalah Seberapa tinggi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir? Dan Seberapa besar kontribusi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe berdasarkan indikator yang dijadikan faktor di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Dan untuk menemukan besar kontribusi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe berdasarkan indikator yang dijadikan faktor di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir.

## **METODE PENELITIAN**

Tempat penelitian dilaksanakan pada “Cubolah Kinyam” terletak di jalan Tuanku Tambusai RT 01 RW 08 Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kelurahan Sedingin Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen terhadap produk, dan tanpa menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian model ini menurut Sugiyono (2012) disebut dengan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sekelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Hal ini sesuai dengan pendapat sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari hasil pengamatan, populasi dalam penelitian ini dengan jumlah 65 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiyono (2012)

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, wawancara dan Angket. Teknik sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dikatakan simple(sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiyono (2012). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian yaitu statistik Deskriptif dan Statistik Inferensial. Guna memberikan gambaran tentang distribusi, mean dan standar deviasi. Data penelitian ini dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 17, berdasarkan panduan buku “SPSS untuk penelitian” oleh Syofian Siregar 2017.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil pengolahan data keseluruhan indikator, dapat dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Nilai Mean Dan Standar Deviasi Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Cabe Berdasarkan Indikator

No	Indikator	Mean	SD	Tafsiran
1	Sikap	3,89	1,00	Tinggi
2	Perasaan	3,87	0,99	Tinggi
3	Harapan	3,98	0,91	Tinggi
	<b>Rata-Rata</b>	<b>3,91</b>	<b>0,97</b>	<b>Tinggi</b>

*Sumber: Data Olahan*

Berdasarkan Tabel 1 maka Mean tertinggi pada harapan kepuasan konsumen dengan mean 3,98 dan SD 0,91 kemudian diikuti oleh sikap kepuasan konsumen dengan mean 3,89 dan SD 1,00 dan setelah itu kepuasan konsumen yang tergolong rendah adalah pada perasaan kepuasan konsumen yaitu dengan mean 3,87 dan SD 0,99. Maknanya adalah perasaan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen keripik cabe. Akan tetapi sikap sangat berpengaruh terhadap konsumen. Mereka akan selalu mengkonsumsi produk ini jika penjual dan produsen memberikan sikap positif terhadap konsumen.

Sesuai dengan perumusan masalah yaitu (1) Seberapa tinggi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk keripik cabe di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir? (2) Seberapa besar kontribusi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe berdasarkan indikator yang dijadikan faktor di Kelurahan Sedinginan Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?

Maka hasil penelitian ini diperoleh bahwa tingkat kepuasan konsumen tergolong tinggi (mean 3,91), dengan mean sikap 3,89, mean perasaan 3,87 dan mean harapan 3,98, yang semua nya berada pada tafsiran tinggi.

Seterusnya diperoleh kontribusi masing-masing indikator yang dijadikan faktor kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe adalah tinggi dengan kontribusi 66,00% dengan kontribusi faktor tertinggi adalah sikap (84,10%), di ikuti oleh faktor harapan (65,80%) serta faktor perasaan (84,10%) yang tergolong sedang.

Selain berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian diperoleh pula kepuasan konsumen berdasarkan demografi yaitu berdasarkan jenis kelamin kepuasan konsumen tergolong tinggi (mean 3,99) dan berdasarkan usia tergolong tinggi (mean 3,94) serta berdasarkan pekerjaan konsumen diperoleh juga tinggi (mean 3,96).

Berdasarkan penyajian dan analisis data sudah diperoleh hasil penelitian, hasil tersebut akan dibahas sebagaimana berikut:

### 1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diperoleh bahwa tingkat kepuasan konsumen tergolong tinggi (mean 3,91), dengan mean sikap 3,89, mean perasaan 3,87 dan mean harapan 3,98, yang semua nya berada pada tafsiran tinggi. Hasil ini sesuai dengan pendapat

Lovelock dan Wirtz (2011), Kotler (2007), Yoeti (2006) dan Sopiah (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat ditentukan oleh sikap, perasaan dan harapan seseorang, karena kepuasan konsumen merupakan keadaan senang atau kecewa berdasarkan pengalaman dengan membandingkan suatu produk.

Hasil penelitian Melda Sari (2017) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada produk teh botol Sosro di kota pekanbaru termasuk sangat puas karena kesesuaian tingkat kinerja yang di miliki dengan kualitas produk yang di perbaiki merupakan suatu kehandalan yang menyebabkan terjadinya kepuasan konsumen. Hal ini memang tidak saja ditentukan faktor psikologis seperti sikap, perasaan dan harapan konsumen tetapi juga oleh faktor produk itu sendiri yang meliputi ketahanan, kehandalan, keragaman, kesesuaian, kemampuan pelayanan, estetika produk dan kualitas produk.

Hasil penelitian ini didukung juga oleh temuan penelitian oleh Nurhasanah Amir MZ (2012) yang menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap produk shampo sangat ditentukan oleh faktor kualitas produk, dimana faktor tersebut sangat dipengaruhi oleh sikap, perasaan dan harapan konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe dapat pula di tentukan oleh pengalaman atau pendidikan seseorang. Kepuasan konsumen yang ada pada konsumen saat ini adalah dampak dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Pada awalnya konsumen hanya membeli sebuah produk kemudian konsumen baru akan menyadari apakah produk tersebut sesuai dengan yang diinginkan atau tidak. Apabila konsumen menyukai produk yang sudah dibeli maka konsumen telah merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya apabila konsumen memilih untuk tidak menggunakan kembali atau membeli lagi produk tersebut maka konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan pendapat Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen berasal dari perbandingan antara kesan nyata terhadap kinerja produk yang nyata dengan kinerja produk yang di harapkan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan perhatian, daya beli, dipergunakan, atau dikonsumsi serta dapat memuaskan kebutuhan. Produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, Lembaga serta gagasan (Abdullah dan Francis Tantri, 2013). Produk pula merupakan pemahaman subyektif dari produsen dan merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan lembaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas lembaga yang memproduksi serta daya beli konsumen. Ini bermakna bahwa semakin baik (positif) sikap konsumen terhadap produk keripik cabe maka akan dapat memberikan kepuasan pada konsumen terhadap produk keripik cabe tersebut, atau bila sikap konsumen semakin baik maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi.

## 2. Kontribusi Indikator Yang Dijadikan Faktor Kepuasan

Kontribusi indikator yang dijadikan faktor kepuasan konsumen diperoleh kontribusi masing-masing indikator yang dijadikan faktor kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe adalah tinggi dengan kontribusi 66,00% dengan kontribusi faktor tertinggi adalah sikap (84,10%), di ikuti oleh faktor harapan (65,80%) serta faktor perasaan (84,10%) yang tergolong sedang.

Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh bahwa sikap sebagaimana dijelaskan Notoadmodjo (2003), Rakhmat (2004) dan Djaali (2008) bahwa sikap merupakan suatu kecenderungan untuk bereaksi terhadap situasi yang dihadapi, yang mencerminkan rasa senang (positif) atau tidak senang (negative) maupun perasaan biasa-biasa saja (netral). Sikap konsumen terhadap produk keripik cabe merupakan pemahaman konsumen terhadap produk yang dirasakannya.

Seterusnya harapan konsumen yang berkontribusi sebesar 65,80% terhadap kepuasan konsumen dan merupakan kepuasan tergolong tinggi sebagaimana dijelaskan Pandji Anoraga (2005) dan Mulyani (2003) bahwa harapan seseorang berkaitan dengan keadaan yang timbul dari kemungkinan tercapainya suatu tujuan. Apabila konsumen memang senang dengan suatu produk maka dipastikan mereka mempunyai harapan terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan tindakan-tindakan positif untuk mencapai harapan dan apabila harapan tersebut terpenuhi mereka akan mencapai tingkat kepuasan. Hasil penelitian ini bermakna bahwa semakin baik harapan konsumen maka akan semakin tinggi pula kepuasan mereka apabila harapan-harapan tersebut dapat terpenuhi. Apabila orang sudah mempunyai harapan terhadap sesuatu mereka akan melakukan berbagai usaha untuk mencapai harapan tersebut sehingga mereka mencapai tingkat kepuasan.

Perasaan merupakan salah satu faktor yang tergolong rendah (48,10%/sedang) dari dua faktor lainnya yaitu sikap dan perasaan. Perasaan merupakan keseluruhan yang dirasakan seseorang mengenai dirinya yang dapat menimbulkan kesadaran diri terhadap sesuatu. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Eva Latipah (2012) dan Pandji Anoraga (2005) bahwa perasaan merupakan hal-hal yang dirasakan seseorang mengenai dirinya yang dapat mengendalikan diri mereka dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang muncul berupa bahagia, sedih maupun cemas. Perasaan konsumen yang dapat memberikan rasa puas adalah perasaan bahagia terhadap suatu produk, sedih takut kehilangan produk, cemas kalau produk tersebut tidak diperoleh, marah bila tidak mendapatkan produk, takut dan benci bila produk tersebut hilang dari pasaran. Hasil penelitian ini bermakna apabila semakin baik perasaan seseorang terhadap produk maka akan semakin tinggi lah kepuasan seseorang terhadap produk tersebut suatu produk yang baik dan disenangi konsumen maka produk tersebut akan memberikan perasaan-perasaan positif terhadap diri seseorang sehingga mereka mencapai tingkat kepuasan yang baik.

### 3. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Demografi

Kepuasan konsumen berdasarkan demografi yaitu berdasarkan jenis kelamin kepuasan konsumen tergolong tinggi (mean 3,99) dan berdasarkan usia tergolong tinggi (mean 3,94) serta berdasarkan pekerjaan konsumen diperoleh juga tinggi (mean 3,96).

Hasil penelitian ini didukung oleh Melda Sari (2017) bahwa kepuasan konsumen ditentukan berdasarkan jenis pekerjaan 58%, tingkat usia 22-26 38%, tingkat pendidikan 52% dan jenis kelamin 69%. Pada penelitian ini ada tiga faktor demografi yang diamati yaitu jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa tingkat kepuasan laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan dengan rata-rata 3,99, selanjutnya hasil penelitian tingkat usia 41-50 Th lebih tinggi dari usia 20-30 Th dan 31-40 Th dengan rata-rata 3,94. Seterusnya jenis pekerjaan Nelayan lebih tinggi dari Guru, Honor, Petani, Pekerja Rumah Tangga, Swasta dan Dagang dengan nilai rata-rata

3,96. Hasil penelitian ini menggambarkan pula bahwa faktor demografi (jenis kelamin, usia dan pekerjaan konsumen) dapat menentukan tingkat kepuasan seseorang.

## **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Simpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe dan kontribusi kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Setelah dilakukan penelitian dan pengolahan data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap keripik cabe dan kontribusi kepuasan konsumen terhadap keripik cabe tergolong tinggi, dapat dilihat berdasarkan :

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dari segi sikap tergolong tinggi. Artinya Produsen sudah memberikan sikap saat pertama, perilaku, sesuai janji dan pelayanan yang memuaskan dengan baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dari segi perasaan tergolong tinggi. Artinya produsen sudah memberikan perasaan positif sehingga konsumen menimbulkan tindakan-tindakan positif seperti melakukan pembelian ulang terhadap produk.
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe di Kelurahan Sedingin Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dari segi harapan tergolong tinggi. Artinya harapan konsumen terhadap produk sudah terpenuhi sehingga konsumen memberikan tindakan yang positif terhadap produsen.
4. Seterusnya diperoleh besar kontribusi masing-masing indikator yang dijadikan faktor kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe adalah tinggi dengan kontribusi 66,00% dengan kontribusi faktor tertinggi adalah sikap (84,10%), di ikuti oleh faktor harapan (65,80%) serta faktor perasaan (84,10%) yang tergolong sedang.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada produsen agar lebih memperhatikan produk seperti kemasan yang lebih bervariasi.
2. Lebih meningkatkan lagi pelayanan sehingga perasaan konsumen terjaga, agar konsumen lebih meningkat.
3. Kepada peneliti selanjutnya, untuk meneliti lebih mendalam mengenai kepuasan konsumen terhadap produk keripik cabe.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif:Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit PT.Raja Grafindo Persada.
- Bimo Walgito. (1994). *Psikologi Sosial suatu Pengantar*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Daeng Ayub. 2016. *Pembelajaran terhadap penerapan nilai kewirausahaan di SMA NEGERI Tambang, Kabupaten Kampar*. Pasca Sarjana UR.
- Daeng Ayub. 2017. The Contribution Of Teachers' Accountability In Implementation Of Learning Towort Implementation Of Entreprenurtship Values BOOK of ABSTRACT 1<sup>ST</sup> UNIVERSITAS RIAU INTERNASIONAL CONFERENCE ONEDUCATION SCIENCES (1<sup>ST</sup> UNRICES). 25 October 2017. Hotel Arya Duta. pekanbaru.
- Etta Mamang Sangadji& Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Eva Latipah. 2012. *Pengantar Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : Pedagogia
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Harsono. 2000. *Teori Sikap dan Perilaku*. Tiara Wacana: Yogyakarta.
- Johannes Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler Philip. 2007. *Managemen Pemasaran*, jilid 2, edisis 12, PT indeks, new Jersey.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Rambat Lupiyoadi 2001 *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Nasution, 2004, *Managemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.
- Soekidjo Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sarwono.2009. *Ilmu Kebidanan*. Jakarta : Yayasan Bina Pustaka Sarwono Prawirohardjo.
- Setiadi, 2008. *Konsep & Proses Keperawatan Keluarga*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Syofian Siregar. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-1. Cetakan ke-2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pandji Anoraga. 2005. *Psikologi Kerja*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Waker, David A. 2001. *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa; Aris Ananda, Mitra Utama, Jakarta.

Wawan, A dan Dewi, M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Manusia..* Yogyakarta : Nuha Medika.

Yoeti, A. Oka. 2006. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradya Paramitha.