

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
TERHADAP SAYURAN ORGANIK DI SUPER INDO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penyusunan skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan arahan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibunda Siti Jariah, Ayahanda Sunyoto, Adik Beny Warisno, dan Arif Muammar Azwen yang selalu mendukung, mendo'akan, memberikan semangat dan nasihat kepada saya selama mengerjakan skripsi ini.
2. Para Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan saya ilmu selama ini.
3. Keluarga saya di Kota Yogyakarta ini, Agribisnis D 2013, yang *Insyallah* akan segera wisuda pada bulan Oktober 2017.
4. sahabat-sahabat terbaik saya, Andry, Eliza, Chrisna, Tari, Riri, Ayu, Iin, Novi, Devy, Popi, Mbak Maya, dan Tika, yang selalu ada dalam suka duka sebelum dan selama mengerjakan skripsi ini.
5. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung penulis.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa menganugrahkan kenikmatan iman dan islam sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta pengikutnya hingga akhir zaman.

Terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ir. Sarjiyah, M.S., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ir. Eni Istiyanti, M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Ir. Widodo, M.P., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

4. Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Aris Slamet Widodo, S.P. M.Sc., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Ir. Triwara Buddhi S., M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan.
7. Para dosen, staff, dan seluruh civitas akademika FP UMY yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama menjalani studi.
8. Pimpinan dan seluruh pihak Super Indo Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data.
9. Seluruh responden di Supermarket Super Indo yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Mei 2017
Penulis,

Purwati

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
INTISARI.....	XIII
<i>ABSTRACT</i>	XIV
I. PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Tujuan Penelitian	17
C. Kegunaan Penelitian.....	18
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....	19
A. Tinjauan Pustaka	19
1. Pertanian organik	19
2. Perilaku konsumen	21
3. Kepuasan konsumen.....	23
4. Loyalitas konsumen	29
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	37
III. METODE PENELITIAN.....	40
A. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
1. Sampel lokasi	40
2. Sampel konsumen	40
B. Jenis Data	42
1. Data primer.....	42
2. Data sekunder.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Asumsi	43
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	48
1. Analisis deskriptif.....	48
2. Analisis kuantitatif.....	52

IV. KEADAAN UMUM SUPER INDO.....	54
A. Gambaran Umum Super Indo	54
B. Struktur Organisasi Super Indo.....	55
C. Visi, Misi, dan Tujuan Super Indo	58
D. Gambaran Umum Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	58
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Profil Responden Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	61
1. Jenis kelamin.....	61
2. Umur	62
3. Pendidikan.....	63
4. Jumlah anggota keluarga.....	64
5. Pekerjaan	64
6. Pendapatan	65
7. Jarak	66
B. Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	67
1. Jumlah pembelian sayuran organik di Super Indo Yogyakarta dalam sebulan terakhir	68
2. Jenis sayuran organik yang sering dibeli di Super Indo Yogyakarta..	69
3. Nilai pembelian dalam satu kali membeli sayuran organik di Super Indo Yogyakarta.....	70
4. Waktu pembelian sayuran organik di Super Indo Yogyakarta	71
5. Tempat pembelian sayuran organik	72
6. Pembelian sayuran selain organik di Super Indo Yogyakarta	73
C. Tanggapan Responden Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	74
1. Tanggapan responden berdasarkan kualitas produk	74
2. Tanggapan responden berdasarkan harga	76
3. Tanggapan responden berdasarkan <i>service quality</i>	78
4. Tanggapan responden berdasarkan <i>emotional factor</i>	80
5. Tanggapan responden berdasarkan biaya dan kemudahan	81
D. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	83
E. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	83
F. Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertumbuhan Penduduk DIY Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2010-2014.....	15
Tabel 2. Jumlah Sampel Konsumen Sayuran Organik di Super Indo Parangtritis Yogyakarta pada Tanggal 24-26 Maret 2017	41
Tabel 3. Kategori Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk	50
Tabel 4. Kategori Tanggapan Responden Berdasarkan Harga	50
Tabel 5. Kategori Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Service Quality</i>	50
Tabel 6. Kategori Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Emotional Factor</i>	51
Tabel 7. Kategori Tanggapan Responden Berdasarkan Biaya dan Kemudahan.	51
Tabel 8. Kategori Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	51
Tabel 9. Pernyataan Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	52
Tabel 10. Perbedaan Harga Sayuran Organik dan Nonorganik di Super Indo Parangtritis Yogyakarta pada Tanggal 24-26 Maret 2017	60
Tabel 11. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 12. Profil Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 13. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Tabel 14. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	64
Tabel 15. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 16. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 17. Profil Responden Berdasarkan Jarak	66
Tabel 18. Perilaku Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta dalam Sebulan Terakhir.....	68
Tabel 19. Perilaku Konsumen Berdasarkan Jenis Sayuran Organik yang Sering Dibeli di Super Indo Yogyakarta	69

Tabel 20. Perilaku Konsumen Berdasarkan Nilai Pembelian dalam Satu Kali Membeli Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta.....	70
Tabel 21. Perilaku Konsumen Berdasarkan Waktu Pembelian Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	71
Tabel 22. Perilaku Konsumen Berdasarkan Tempat Pembelian Sayuran Organik.....	72
Tabel 23. Perilaku Konsumen Berdasarkan Pembelian Sayuran Selain Organik di Super Indo Yogyakarta	73
Tabel 24. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk	74
Tabel 25. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga	76
Tabel 26. Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Service Quality</i>	78
Tabel 27. Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Emotional Factor</i>	80
Tabel 28. Tanggapan Responden Berdasarkan Biaya dan Kemudahan.....	81
Tabel 29. Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	83
Tabel 30. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	84
Tabel 31. Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2. Piramida Loyalitas Merek	32
Gambar 3. Bagan Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4. Struktur Organisasi Super Indo. Menurut Andary (2016).....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	98
Lampiran 3. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	110
Lampiran 4. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	110
Lampiran 5. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan <i>Service Quality</i> dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	111
Lampiran 6. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan <i>Emotional Factor</i> dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	111
Lampiran 7. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan <i>Emotional Factor</i> dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Super Indo Yogyakarta	112