

# **PENENTUAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SINGKONG KEJU DI CIKARANG UTARA KABUPATEN BEKASI**

**Oleh**

**Rosdiana Septiani**

## **RINGKASAN**

Singkong keju merupakan makanan ringan dengan bahan dasar singkong yang dikukus, kemudian digoreng dan ditambahkan dengan susu kental manis serta *topping* keju. Kelebihan makanan ini yaitu dari rasanya yang enak, membuat kenyang, harganya yang sangat ekonomis, terdapat nilai-nilai kesehatan bagi yang mengonsumsi serta singkong keju mudah sekali ditemukan, sehingga makanan ini diminati oleh masyarakat di Cikarang Utara. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik konsumen singkong keju, menganalisis pengaruh antara harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi dalam penentuan keputusan konsumen dalam pembelian singkong keju, dan menentukan variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian singkong keju. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proporsional Cluster Random Sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah 52 konsumen singkong keju. Pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Net Promoter Score* (NPS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen singkong keju sebanyak 57,69% terdiri dari perempuan yang berusia 21-25 tahun. Sebanyak 38,46% pendidikan terakhir SMA dengan pekerjaan sebagai mahasiswa memiliki pendapatan sebesar Rp 0,00-500.000,00 dalam sebulan dan sebanyak 71,15% belum memiliki tanggungan keluarga. Hasil analisis menunjukkan variabel yang berpengaruh positif yaitu variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian singkong keju. Tingkat kepuasan konsumen harus dipertahankan berada di kuadran II (pertahankan prestasi) yaitu ada 9 atribut yang dianggap penting dan kinerjanya sesuai harapan konsumen (harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas produk, rasa yang enak, layak dikonsumsi, tampilan menarik, kualitas produk memuaskan, cepat dalam melayani, cepat dalam menyajikan dan ramah dengan pembeli). Nilai NPS sebesar 36% sebanyak 24 orang tergolong *promoters* artinya konsumen melakukan pembelian berulang dan bersedia merekomendasikan produk kepada teman atau koleganya.