

RINGKASAN

MEUTIA VIANTIKA. Analisis Kepuasan Konsumen Pada Prima Freshmart Panduraya Bogor. *Customer Satisfaction Analysis At Prima Freshmart Panduraya Bogor*. Dibimbing oleh ANITA RISTIANINGRUM.

PT Charoen Phokphand bergerak di bidang peternakan dan mendirikan unit bisnis baru yaitu Prima Freshmart. Prima Freshmart merupakan *retail specialty store*. Prima Freshmart memiliki data konsumen. Berdasarkan data tersebut, penurunan jumlah konsumen pada bulan januari-maret 2021 menjadi ancaman bagi Prima Freshmart Panduraya. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut Prima Freshmart Panduraya agar dapat mempertahankan konsumen.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini adalah : (1) Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Prima Freshmart Panduraya; dan (2) Menyusun perencanaan pengembangan bisnis peningkatan kepuasan konsumen berdasarkan metode BMC.

Metode yang digunakan yaitu analisis BMC dengan matriks SWOT pada Prima Freshmart Panduraya Bogor. Metode lain yang digunakan yaitu *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*.

Ide pengembangan bisnis dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang konsumen Prima Freshmart Panduraya. Pengembangan bisnis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), menunjukkan hasil bahwa konsumen Prima Freshmart Panduraya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dengan nilai 77,53%. Peningkatan penjualan pada aspek finansial sebesar 10,8% atau Rp1.067.587. Kenaikan R/C rasio sebesar 0,35 setelah diterapkan ide pengembangan bisnis. Sebelum pengembangan bisnis, R/C rasio sebesar 3,21 dan setelah pengembangan R/C rasio yaitu 3,56. Artinya setiap biaya yang dikeluarkan Rp1 menghasilkan penerimaan sebesar Rp3,56. Hasil perhitungan R/C rasio mengalami peningkatan artinya bisnis dikatakan layak.

Berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), pada diagram kartesius menunjukkan pengelompokan kuadran I, II, III, dan IV. Atribut-atribut pada kuadran I menjadi prioritas utama perbaikan yaitu kelengkapan produk seperti ceker, kentang, dan jeroan yang sesuai kebutuhan konsumen. Atribut-atribut yang perlu dipertahankan terdapat pada kuadran II yaitu pegawai memberikan pelayanan dengan ramah, pegawai memahami produk yang dijual, kualitas produk yang dijual baik dan sesuai harapan, cara pembayaran mudah, tempat nyaman dan penataan produk baik, promosi yang dilakukan setiap minggu dan bulan yang sesuai harapan.

Kata kunci: *customer satisfaction index, importance performance analysis, kepuasan konsumen*