

## **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SOP DURIAN DI CAFE DURIAN WOKE SERANG**

*Ghea Aisyah Fernanda<sup>1</sup>, Gugun Gunawan<sup>1</sup>, Sulaeni<sup>1\*</sup>, Aris Suprio Wibowo<sup>1</sup>, Ari Tresna Sumantri<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
Jl. Raya Palka KM.3 Sindangsari, Pabuaran, Serang, Banten 42163*

*\*Email: sulaeniagribisnis@gmail.com*

### **ABSTRACT**

*There was a decrease in sales of durian soup products at Cafe Durian Woke. This decline indicates that there is intense competition and differences in consumer perceptions of durian soup products. The purpose of this study was to identify consumer characteristics and analyze consumer perceptions of durian soup at Cafe Durian Woke Serang. The product attributes used are price, taste, aroma, portion, and brand. The method used in this research is the survey method and the data analysis used is Importance Performance Analysis (IPA). Based on the results of the study, the characteristics of respondents in consumer perceptions of durian soup at Cafe Durian Woke are that most consumers buy and consume durian soup at Cafe Durian Woke based on female gender with a percentage of 86%, based on age, namely 17-26 years with a percentage of 38%, based on the latest education level, namely high school with a percentage of 72%, based on activity status, namely housewives with a percentage of 44%, and based on income, namely <Rp 1 million with a percentage of 54%. Based on the results of the analysis using the IPA method, consumer perceptions of durian soup based on product attributes found in quadrant I (top priority), namely portion. The next attributes included in quadrant II (maintain achievement) are price and taste. Attributes included in quadrant III (low priority) are brand and aroma. In quadrant IV (excessive) there are no durian soup attributes.*

**Keywords:** *Consumer perception, Characteristic consumer, Importance- Performance Analysis (IPA)*

### **ABSTRAK**

Terjadi penurunan penjualan produk sop durian di Cafe Durian Woke. Penurunan ini mengindikasikan adanya persaingan yang ketat dan perbedaan persepsi konsumen terhadap produk sop durian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan menganalisis persepsi konsumen terhadap sop durian di Cafe Durian Woke Serang. Atribut produk yang digunakan adalah harga, rasa, aroma, porsi, dan merek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan analisis data yang digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA). Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden dalam persepsi konsumen terhadap sop durian di Cafe Durian Woke adalah sebagian besar konsumen membeli dan mengonsumsi sop durian di cafe durian woke berdasarkan jenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 86%, berdasarkan usia yaitu 17-26 tahun dengan persentase sebesar 38%, berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu sma dengan persentase sebesar 72%, berdasarkan status pekerjaan yaitu ibu rumah tangga dengan persentase sebesar 44%, dan berdasarkan pendapatan yaitu <rp 1 juta dengan persentase sebesar 54%. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode ipa, persepsi konsumen terhadap sop durian berdasarkan atribut produk yang terdapat pada kuadran I (prioritas utama) yaitu porsi. Atribut selanjutnya yang termasuk dalam kuadran II (pertahankan prestasi) yaitu harga dan rasa. Atribut yang termasuk dalam kuadran III (prioritas rendah) adalah merek dan aroma. Pada kuadran IV (berlebihan) tidak terdapat atribut sop durian.

**Keywords:** *Persepsi Konsumen, Karakteristik Konsumen, Importance- Performance Analysis (IPA)*

## PENDAHULUAN

Subsektor hortikultura merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang meliputi komoditas sayur-sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias. Banyaknya jenis buah-buahan yang tumbuh di Indonesia, buah durian menjadi salah satu buah yang digemari masyarakat. Produksi buah durian di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 1,58 juta ton, naik dari tahun 2021 yang sebesar 1,35 juta ton (Badan Pusat Statistik, 2022). Banten merupakan provinsi dengan produksi durian pada tahun 2022 sebesar 28.161 ton (Badan Pusat Statistik, 2022).

Melihat peluang buah durian yang dapat dijadikan sebagai objek ide bisnis makanan dan minuman. Kementerian Perindustrian mencatat bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di triwulan III-2022 mencapai 3,57%, lebih tinggi dari periode yang sama tahun lalu yang tercatat 3,49%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis makanan dan minuman terus berkembang sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Seiring berkembangnya zaman, pengembangan inovasi produk olahan buah durian perlu dilakukan untuk

memikat minat konsumen dalam mengonsumsi buah durian. Sop durian menjadi salah satu inovasi produk olahan yang berbahan dasar buah durian. Salah satu usaha di Kota Serang yang bergerak di bidang olahan buah durian adalah Cafe Durian Woke. Cafe Durian Woke merupakan salah satu divisi dari PT. Durian Woke Indonesia yang didirikan pada tahun 2022.

Seiring berjalannya waktu, penjualan sop durian di Cafe Durian Woke mengalami penurunan penjualan. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan di antara perusahaan semakin ketat. Selain itu, perubahan selera konsumen atau bahkan kualitas produk sop durian dapat menyebabkan terjadinya penurunan penjualan.

Konsumen dapat menilai baik atau buruknya suatu produk karena keunggulan produk tidak terlepas dari pandangan atau persepsi yang diberikan oleh konsumen. Setiap konsumen memiliki persepsi dengan sudut pandang yang berbeda-beda tergantung dari pengalaman konsumen yang diperoleh sebelumnya. Firmansyah (2018) mendefinisikan bahwa persepsi merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan

pengalaman terhadap rangsangan tersebut.

Konsumen umumnya memiliki kepercayaan terhadap atribut produk yang merupakan gambaran dari produk tersebut. Konsumen akan menilai suatu produk dari atribut produk tersebut, sehingga para pelaku usaha perlu untuk mengetahui mengenai atribut produk apa yang menjadi fokus penilaian oleh konsumen. Sejalan dengan pendapat Rahyuni et al., (2020) menyatakan bahwa pengetahuan mengenai persepsi perlu dilakukan agar setiap keputusan yang diambil pelaku usaha tidak bertentangan dengan harapan konsumen, mengingat semua keputusan konsumsi ada ditangan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen sop durian dan menganalisis persepsi konsumen terhadap sop durian di Cafe Durian Woke Serang.

### **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan metode survei. Metode survei yang dilakukan yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang mengkonsumsi sop durian di Cafe Durian Woke Serang.

Penelitian ini dilakukan di Cafe Durian Woke Kota Serang yang merupakan salah satu divisi perusahaan PT Durian Woke Indonesia yang berada di Kampung Ciolang, Panggungjati, Kec. Taktakan, Kota Serang. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai Januari 2024.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* berupa *Accidental Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu orang yang membeli sop durian di Cafe Durian Woke Serang.

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data sekunder diperoleh dalam bentuk dokumen resmi, buku, referensi jurnal, penelusuran internet, serta sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian. Pengolahan data dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

*Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk menilai berbagai atribut jasa dan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan akan menentukan peringkat atau ranking atribut jasa. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan apakah ada kesesuaian antara tingkat kepentingan atau harapan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan (Pratiwi, 2018).

Supranto (2006) dalam Resma (2013) menyatakan bahwa ada beberapa langkah dalam metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu pertama, menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = tingkat kesesuaian

Xi = skor penilaian tingkat kinerja

Yi = skor penilaian tingkat kepentingan

Kedua, menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen dengan rumus :

$$\bar{Xi} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Yi} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{Xi}$  = skor rata-rata tingkat kerja

$\bar{Yi}$  = skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum Xi$  = jumlah total skor tingkat kinerja

$\sum Yi$  = jumlah total skor tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Ketiga adalah menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dan tingkat kinerja ( $\bar{X}$ ), yang menjadi batas pada diagram kartesius, dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{Xi}}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Yi}}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh atribut

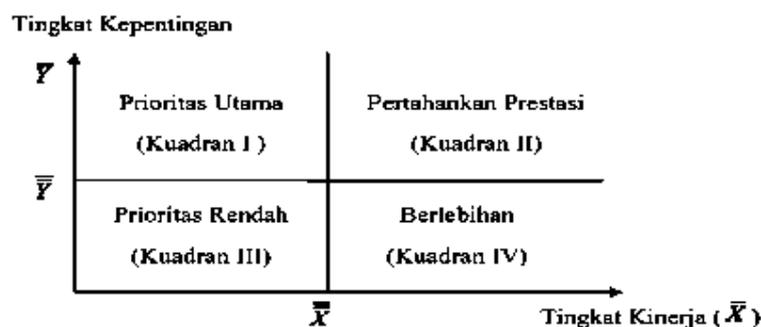
$\bar{Y}$  = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut

$\sum \bar{Xi}$  = jumlah total skor rata-rata tingkat kinerja

$\sum \bar{Yi}$  = jumlah total skor rata-rata tingkat kepentingan

k = banyaknya atribut / pernyataan pelayanan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden

Terakhir melakukan pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk melihat posisi masing-masing atribut.



**Gambar 1.** Diagram Kartesius

Menurut Sa'diah *et al.* (2023), Kuadran I menunjukkan indikator yang tingkat kepentingannya tinggi bagi konsumen namun tingkat kinerja dinilai rendah karena pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen. Kuadran II menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya telah berhasil dilaksanakan perusahaan dengan baik, untuk itu wajib dipertahankan.

Kuadran III menunjukkan indikator yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, dan kinerja atau pelaksanaannya oleh perusahaan juga biasa-biasa saja. Kuadran IV menunjukkan indikator yang kurang penting bagi konsumen, akan tetapi kinerja dan pelaksanaannya berlebihan. Hal ini dikatakan sebagai pemborosan sumber daya perusahaan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Perusahaan**

PT. Durian Woke Indonesia merupakan perusahaan di Kota Serang pada tahun 2016 di bidang supplier durian. Salah satu divisi dari PT. Durian Woke Indonesia yaitu Cafe Durian Woke yang berdiri pada tahun 2022 dan bergerak dibidang kuliner rumah makan.

Cafe Durian Woke ini terletak di Jalan Raya Taktakan Blok 03 Kampung Ciolang, Kelurahan Panggungjati, Kecamatan Taktakan, Kota Serang. Konsep Cafe Durian Woke diusung secara sederhana dengan tempat makan berbentuk saung-saung serta tersedia fasilitas mainan anak-anak sehingga ini merupakan pilihan yang tepat bagi setiap orang tua jika ingin anak-anaknya mendapat tempat hiburan.

**Karakteristik Responden**

**Jenis Kelamin Responden**

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	7	14
2.	Perempuan	43	86
	Jumlah	50	100

*Sumber: Data Primer Diolah (2024)*

Pada tabel di atas, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 7 orang (14%) dan perempuan sebanyak 43 orang (86%). Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam mengkonsumsi sop durian di Cafe Durian Woke adalah perempuan.

**Usia Responden**

Pada tabel di atas, usia responden yang paling banyak datang untuk mengkonsumsi sop durian di Cafe Durian

Woke memiliki rentang usia 17-26 tahun (38%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan rentang usia 17-26 tahun memilih lokasi tempat makan yang nyaman sehingga konsumen pada usia tersebut dapat melakukan aktivitas seperti bercengkrama dengan teman atau saudara sambil menikmati sop durian.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17-26	19	38
2.	27-36	15	30
3.	37-46	12	24
4.	47-56	3	6
5.	> 57	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

### Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD	0	0
2.	SMP	2	4
3.	SMA	36	72
4.	Diploma	0	0
5.	S1	11	22
6.	S2/S3	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak datang untuk mengkonsumsi sop durian di Cafe Durian Woke memiliki tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA sebanyak 36 orang (72%). Berdasarkan hasil

tersebut bahwa tingkat pendidikan dapat memengaruhi pola konsumsi.

### Status Aktivitas Responden

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Aktivitas

No.	Status Aktivitas	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ibu Rumah Tangga	22	44
2.	Pegawai Negeri Sipil	1	2
3.	Pegawai Swasta	4	8
4.	Wiraswasta	3	6
5.	Pelajar/Mahasiswa	11	22
6.	Lainnya	9	18
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak datang untuk mengkonsumsi sop durian di Cafe Durian Woke adalah ibu rumah tangga sebanyak 22 orang (44%). Hal ini dapat dikaitkan dengan lokasi Cafe Durian Woke memiliki area yang luas dan suasana yang sejuk serta nyaman. Ibu rumah tangga umumnya berkumpul bersamasaudara, teman atau keluarga.

### Pendapatan Responden

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp 1 juta	27	54
2.	Rp 1 juta – 2 juta	7	14
3.	> Rp 2 juta	16	32
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa pendapatan per bulan responden yang paling dominan yaitu < Rp 1 juta (54%) dari kalangan pelajar/mahasiswa serta ibu rumah tangga. Konsumen dengan pendapatan di bawah 1 juta akan mengalokasikan uangnya sesuai kebutuhan.

**Analisis Tingkat Kesesuaian**

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas (Yola dan Duwi, 2013).

Tabel 6. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan

No.	Atribut	Tingkat Kesesuaian		
		Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kesesuaian % (Tki)
1.	Harga	223	198	88,79
2.	Rasa	227	205	90,31
3.	Aroma	203	185	91,13
4.	Porsi	215	191	88,84
5.	Merek	187	180	96,26
	Rata-Rata			91,06

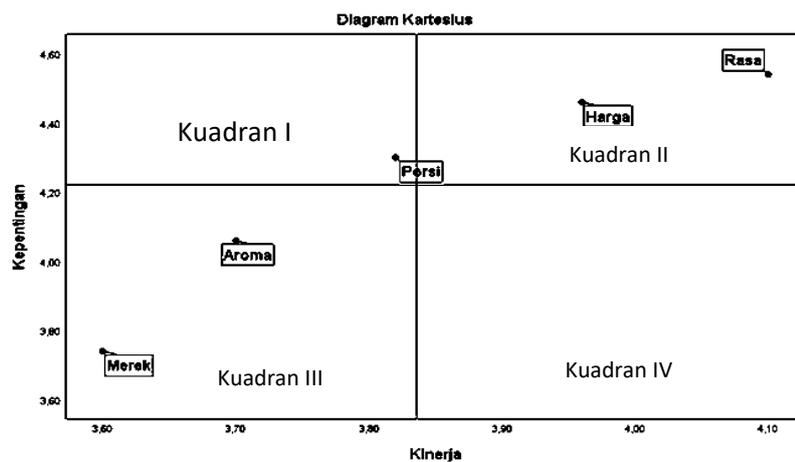
Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada tabel di atas, jumlah rata-rata tingkat kesesuaian dari 5 atribut produk yaitu sebesar 91,06% artinya bahwa kriteria tingkat kesesuaian sudah memenuhi harapan dari konsumen.

Berdasarkan kriteria tersebut maka dapat dikatakan bahwa atribut produk sop durian di Cafe Durian Woke sudah dapat memenuhi harapan konsumen walaupun belum sepenuhnya terpenuhi. Hal ini juga didukung oleh pendapat Indriwinangsih dan Sudaryanto dalam Lodhita (2014), jika presentase tingkat kesesuaian berada antara 80 – 100% berarti kinerja dari masing-masing atribut produk telah mendekati harapan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi. Presentase >100% berarti kinerja atribut tersebut telah melebihi harapan konsumen atau sangat memuaskan.

**Analisis Diagram Kartesius**

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui prioritas atribut produk sop durian mana yang dianggap efektif dan kurang efektif. Berdasarkan hasil perolehan skor rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,22 dan tingkat kinerja sebesar 3,84. Nilai rata-rata tersebut digunakan sebagai pembatas diagram kartesius yang terbagi menjadi empat wilayah. Maka posisi masing-masing atribut seperti pada Gambar 2. di bawah ini:



Gambar 2. Hasil Perhitungan Diagram Kartesius

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

Kuadran I merupakan kuadran yang menunjukkan atribut yang tingkat kepentingannya tinggi bagi konsumen namun tingkat kinerja dinilai rendah karena pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen. Atribut yang berada di kuadran ini merupakan atribut yang memerlukan perbaikan oleh pihak Cafe Durian Woke. Atribut sop durian yang terdapat pada kuadran I yaitu atribut porsi.

Porsi yang disajikan oleh pihak Cafe Durian Woke dipandang oleh sebagian besar konsumen bahwa produk sop durian memiliki porsi masih kurang memuaskan seperti pemberian es batu yang terlalu banyak dan pemberian keju yang kurang banyak.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Tarehy dan Nuswantara

(2021) serta Hakim et al (2022) yang menempatkan atribut ukuran/volume isi pada kuadran III. Perbedaan ini disebabkan karena atribut porsi lebih berorientasi pada persepsi konsumen sedangkan atribut ukuran/volume isi lebih berfokus secara fisik produk. Selain itu, terdapat perbedaan produk yang diteliti dengan penelitian terdahulu.

**Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Kuadran II merupakan kuadran yang menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya telah berhasil dilaksanakan perusahaan dengan baik. Atribut sop durian yang terdapat pada kuadran II yaitu atribut harga dan rasa. Sebagian besar konsumen beranggapan bahwa harga sop durian sebanding dengan kualitas yang diterima, sehingga harga tersebut dianggap cukup terjangkau atau murah serta rasa sop

durian terbilang enak karena memiliki perpaduan komposisi dengan rasa yang pas.

Sesuai dengan temuan penelitian terdahulu yaitu penelitian Tarehy dan Nuswantara (2021) serta Hakim et al (2022) atribut rasa berada pada kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa atribut rasa menjadi faktor penting bagi konsumen. Namun, berbeda dengan atribut harga yang berada pada kuadran III. Perbedaan posisi atribut harga menunjukkan bahwa konsumen kini lebih selektif harga dan cenderung membandingkan harga sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

### **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Kuadran III merupakan kuadran yang menunjukkan atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan kinerja atau pelaksanaannya oleh perusahaan juga biasa-biasa saja. Atribut sop durian yang berada di kuadran III yaitu atribut merek dan aroma. Sebagian besar konsumen beranggapan bahwa merek sop durian masih belum dikenal terlalu luas. Akan tetapi, konsumen menilai bahwa merek sop durian memiliki nama yang mudah diingat. Selain atribut merek, konsumen juga

menilai aroma sop durian di Cafe Durian Woke biasa saja atau tidak terlalu menyengat.

Sesuai dengan temuan penelitian terdahulu yaitu penelitian Tarehy dan Nuswantara (2021) atribut aroma berada pada kuadran III. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian Sa'diah et al (2023) atribut aroma berada pada kuadran VI dan penelitian Hakim et al (2022) atribut aroma berada pada kuadran I. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti jenis produk yang diteliti dan perubahan preferensi konsumen.

Hasil analisis untuk atribut merek memiliki perbedaan dengan penelitian Indrasti dan Siliyya (2021) yang menunjukkan bahwa atribut merek memiliki tingkat kepentingan "penting". Perbedaan ini kemungkinan dipengaruhi oleh perubahan preferensi konsumen yang membuat atribut merek menjadi kurang penting.

### **Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran IV merupakan kuadran yang menunjukkan atribut yang kurang penting bagi konsumen, akan tetapi kinerja dan pelaksanaannya berlebihan atau tinggi. Pada penelitian ini tidak ada atribut yang terdapat pada kuadran IV.

Kelima atribut sop durian sudah masuk dalam kuadran I, kuadran II, dan kuadran III.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis persepsi konsumen terhadap sop durian di Cafe Durian Woke, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik responden dalam persepsi konsumen terhadap sop durian di Cafe Durian Woke yaitu konsumen paling banyak membeli dan mengonsumsi sop durian di Cafe Durian Woke berdasarkan jenis kelamin yaitu wanita dengan persentase 86%, berdasarkan usia yaitu 17-26 tahun dengan persentase 38%, berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA dengan persentase 72%, berdasarkan status aktivitas yaitu ibu rumah tangga dengan persentase 44%, dan berdasarkan pendapatan yaitu < Rp 1 juta dengan persentase 54%.
2. Dari hasil analisis menggunakan metode IPA, persepsi konsumen terhadap sop durian berdasarkan atribut produk yang terdapat pada kuadran I (prioritas utama) yaitu porsi. Pada atribut berikutnya yang

termasuk dalam kuadran II (pertahankan prestasi) yaitu harga dan rasa. Atribut yang termasuk dalam kuadran III (prioritas rendah) yaitu merek dan aroma. Pada kuadran IV (berlebihan) tidak terdapat atribut sop durian.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Pihak Cafe Durian Woke perlu memprioritaskan perbaikan pada porsi sop durian dengan memperhatikan dan menambah ukuran berat komposisi dari sop durian serta menjaga konsistensi wadah penyajian. Selain itu, mempertahankan harga dan rasa yang sudah disukai konsumen sangat penting untuk menjaga loyalitas mereka. Meskipun berada pada prioritas rendah, upaya promosi merek juga perlu dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, Cafe Durian Woke dapat meningkatkan kinerja keseluruhan bisnis dan semakin dikenal oleh masyarakat luas.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi konsumen yaitu dapat diperdalam lagi mengenai atribut produk dari sop durian dan

menu lainnya yang tersedia di Cafe Durian Woke.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Produksi Tanaman Buah-Buahan 2022*. BPS. Provinsi Banten. <https://www.bps.go.id/indicator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-buahan.html>. [30 September 2023]
- Hakim, S., Suroso, E., Nurainy, F., & Hidayati, S. (2022). Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut teh pucuk harum siap minum di Universitas Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 1(1), 53-60.
- Indrasti, D., & Siliyya, F. (2021). Atribut Minuman Teh Kemasan Siap Minum yang Memengaruhi Persepsi Konsumen di Kabupaten Tegal. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 8(2), 70–79.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, (2022). Siaran Pers–Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III 2022. [https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-](https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022)
- [dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022](https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022). [12 Oktober 2023]
- Lodhita, Heru Eka. (2014). *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian: Universitas Brawijaya.
- Pratiwi, I. W. (2018). *Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Muda Mie Setan Di Kota Malang)*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Malang.
- Rahyuni, Noer, M., & Yusmarni. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Beras di Kecamatan Padang Timur Kota Padang. *Journal of Socio Economics on Tropical Agriculture*, 2(3), 199–209.
- Resma, S. P., (2013). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Keripik Mang Ampung Dengan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index*. Skripsi. Jurusan Teknologi

Industri Pertanian. Fakultas  
Teknologi Pertanian. Universitas  
Brawijaya. Malang.

Sa'diah, E. L., Ifdal, & Analia, D. (2023).

Analisis Persepsi Konsumen  
Terhadap Beras Organik Di  
Pasabaru (Fresh Market) Padang.  
*Journal of Integrated Agribusiness*,  
5(1), 20–27.

Tarehy, J. F., & Nuswantara, B. (2021).

Analisis Perilaku Konsumen  
Terhadap Keputusan Pembelian  
Kopi Di Kalimera Coffee Bar  
Salatiga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa  
AGROINFO GALUH*, 8(3), 752-  
761.

Yola, M., & Budianto, D. (2016).

Analisis Kepuasan Konsumen  
Terhadap Kualitas Pelayanan dan  
Harga Produk pada Supermarket  
dengan Menggunakan Metode  
Importance Performance Analysis  
(IPA). *Jurnal Optimasi Sistem  
Industri*, 12(1),301–30