

RINGKASAN

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Pastrri Maison Vatelier Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*, Andiana Praptika, NIM. B32221403, Tahun 2025, 64 Halaman, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Aulia Brilliantina, S.T.P., M.P. (Dosen Pembimbing).

Maison Vatelier merupakan salah satu toko pastrri artisan yang terletak di 78 Rue des Cermes, 76000 Rouen, salah satu kota di Prancis yang jaraknya sekitar 144 km dari Paris. Maison Vatelier telah dikenal sejak tahun 1993 dalam memproduksi berbagai macam pastrri yang awalnya didirikan oleh Marie-Pierre dan Benoit Vatelier. Pada tahun 1996 hingga 2006 Maison Vatelier semakin memperluas dan mengembangkan tokonya dengan dibantu oleh karyawan profesional sehingga menghasilkan produk yang berkualitas yang dapat mendorong minat konsumen dan terus berkembang kedepannya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kepuasan konsumen terhadap produk serta kinerja karyawan di Maison Vatelier dalam rangka mengevaluasi keseluruhan produk dan kinerja karyawan yang ada. Hal ini dilakukan dengan menganalisis perbandingan antara kepentingan dan kinerja setiap indikator menggunakan metode *Importance Performace Analysis* (IPA) karena tidak pernah dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen sebelumnya di Maison Vatelier ini. Penelitian ini direalisasikan pada bulan Oktober 2024 hingga Desember 2024 di Rouen, Prancis. Responden yang dibutuhkan sebanyak 100 orang dan merupakan konsumen dari Maison Vatelier itu sendiri.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa semua indikator berada pada kuartal II yang berarti semua indikator dari bauran pemasaran 7P ini sebaiknya dipertahankan karena sudah memenuhi ekspektasi konsumen. Namun, Maison Vatelier tetap membutuhkan perbaikan pada indikator yang masih memiliki persentase di bawah 100% untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumennya. Pada penelitian ini tidak terdapat satupun indikator pada kuartal I atau indikator yang menjadi indikator utama perbaikan. Namun, untuk mempermudah dalam menentukan urutan perbaikan dilakukan pengurutan dari beberapa indikator yang

bernilai terendah hingga tertinggi ditinjau dari tingkat kesesuaiannya. Urutan indikator tersebut dari yang terendah antara lain Rasa pastri, Kemampuan staff dalam melayani pesanan dengan cepat dan akurat, Kondisi kebersihan toko, terutama area display produk dan tempat duduk, Sikap ramah dan sopan dari staff kepada konsumen, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesamaan harga dari waktu ke waktu atau tidak ada perubahan mendadak, Kerapihan dan penampilan staff saat melayani pelanggan, Konsistensi rasa dan kualitas, Kemudahan dalam pembayaran, Adanya diskon, Kemampuan staff menjelaskan dan merekomendasikan produk dengan baik, Tekstur pastri, Ketersediaan inovasi produk baru atau rasa yang unik, tata letak, kebersihan, dan kenyamanan toko, Kenampakan pastri, Kemudahan akses ke toko, Aroma pastri, Daya tarik desain kemasan, Penggunaan media sosial untuk promosi, Adanya fasilitas seperti tempat duduk, Keragaman pastri yang tersedia, Kecepatan penyajian, Pencantuman logo pada kemasan, Estetika dan daya tarik visual dari dekorasi dan tata ruang toko.