

V.SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dampak dimensi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk PT. Padi Indonesia Maju, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas konsumen Beras Sania PT. Padi Indonesia Maju di Kabupaten Mojokerto berasal dari kelompok usia produktif dengan tingkat pendapatan Rp4.000.000–Rp6.000.000 per bulan. Selain itu, sebagian besar responden telah menggunakan produk selama 6 bulan hingga 1 tahun, sehingga penilaian yang diberikan mencerminkan pengalaman konsumsi yang cukup terhadap kualitas produk.
2. Kualitas produk PT. Padi Indonesia Maju di Kabupaten Mojokerto memenuhi harapan konsumen, dengan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) sekitar 77%. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas produk memenuhi harapan, terutama terkait dengan kebersihan dan kualitas visual beras, sedangkan atribut daya tahan (*durability*) masih menjadi peluang perbaikan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat ke tingkat yang lebih tinggi di masa mendatang.
3. Kepuasan konsumen terhadap produk beras PT Padi Indonesia Maju di Kabupaten Mojokerto secara signifikan dipengaruhi oleh atribut Kinerja, Fitur, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, dan Persepsi Kualitas. Hasil ini sekaligus menerima hipotesis bahwa kualitas produk berdampak positif terhadap kepuasan konsumen. Atribut fitur (*Features*) ditemukan sebagai faktor paling dominan, dengan kemampuan model penelitian dalam

menjelaskan variasi kepuasan konsumen mencapai 88,2%. Melalui kombinasi pendekatan CSI dan SEM-PLS, penelitian ini berhasil memetakan dimensi prioritas yang dapat digunakan manajemen untuk meningkatkan kualitas produk, menjaga loyalitas pelanggan, serta mendorong penjualan di pasar ritel modern.

5.2 Saran

Berangkat dari konfirmasi empiris yang telah diuraikan, peneliti merumuskan sejumlah rekomendasi strategis yang diharapkan dapat menjadi kompas bagi akselerasi performa perusahaan ke depan:

1. Padi Indonesia Maju memiliki disarankan untuk meningkatkan atribut kualitas produk yang telah mendapat umpan balik konsumen yang tinggi dan untuk meningkatkan atribut yang masih memiliki kepuasan relatif rendah, khususnya terkait dengan daya tahan simpan produk. Meningkatkan proses produksi, pengemasan, dan penyimpanan produk sehingga kualitasnya tetap terjaga hingga dikonsumsi oleh konsumen.
2. PT. Padi Indonesia Maju disarankan untuk lebih memperhatikan aspek *Features* sebagai faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen dengan meningkatkan kelengkapan informasi pada kemasan, seperti informasi mutu, kandungan gizi, tanggal produksi dan kedaluwarsa, serta menyediakan variasi ukuran kemasan yang lebih beragam sesuai kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumen secara berkala guna memantau perubahan kebutuhan dan harapan konsumen serta sebagai dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas produk.

3. Untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam, studi tentang preferensi konsumen terhadap *rice products* harus dilakukan. Ini harus melibatkan faktor-faktor di luar kualitas produk, seperti harga, citra merek, kualitas layanan, promosi, dan kesetiaan pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada berbagai lokasi, jenis toko, atau jenis *rice products*. Dengan demikian, hasil yang lebih komprehensif dapat dikumpulkan dan digunakan sebagai basis untuk perbandingan saat membangun strategi marketing.