

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik demografi konsumen beras merah merek Geri sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia 36-45 tahun, sudah menikah, jumlah anggota keluarga 4 orang, pendidikan terakhir sarjana, pekerjaan PNS, dan berpendapatan lebih dari Rp 2.500.000 per bulan. Konsumen beras merah merek Geri sebagian besar mengetahui gizi yang terkandung di dalam beras merah dan semua konsumen mengetahui manfaat yang terkandung di dalam beras merah, lama mengkonsumsi 5-8 bulan, siapa yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah teman atau kenalan, faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat pembelian adalah nyaman dan praktis, perilaku konsumen apabila produk tidak tersedia adalah membeli produk beras merah merek Geri di tempat lain.
2. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menjelaskan atribut yang dinilai penting namun kinerja masih rendah adalah daya tahan beras untuk disimpan. Atribut yang dinilai penting dan memiliki kinerja tinggi dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen adalah rasa nasi, kepulenan nasi, warna alami beras, kemasan beras, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kemudahan memperoleh beras, pelayanan di tempat pembelian beras, lokasi penjualan yang mudah dijangkau. Atribut yang dinilai kurang penting bagi konsumen dan kinerja yang dijalankan juga biasa-biasa saja yaitu harga bersaing dengan tempat lain, adanya iklan dimedia, adanya promosi penjualan, misalnya bonus dan kupon, dan atribut yang dinilai kurang penting bagi konsumen tetapi pelaksanaan kinerja perusahaan dinilai sangat baik yaitu atribut aroma nasi dan keutuhan butir beras. Berdasarkan nilai indeks kepuasan pelanggan atau *Customer Satisfaction Index* (CSI), diketahui bahwa nilai CSI adalah sebesar 71,8 persen

yang artinya secara umum indeks kepuasan konsumen beras merah merek Geri terhadap atribut yang dianalisis adalah puas.

