

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT.PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR**



**ARNITAYANTI BINTI HERMAN  
1810421197**

**UNIVERSITAS FAJAR  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2022**

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT.PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR**



diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana pada program studi manajemen

**ARNITAYANTI BINTI HERMAN**  
**1810421197**

**UNIVERSITAS FAJAR**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2022**

# SKRIPSI

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT. PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

ARNITAYANTI BINTI HERMAN  
1810421197

Telah Dipertahankan Di hadapan Tim Penguji Seminar Hasil/Skripsi  
Pada Tanggal 22 Maret 2022 Dan Dinyatakan Lulus

Makassar, 22 Maret 2022  
Disetujui Oleh,

Pembimbing,

  
Dr. Nina Fapari Arif, S.E., M.Si.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar

  
Dr. Abdul Mard Bakri, S.S., M.E.

  
UNIVERSITAS FAJAR  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Dr. Hil Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom.

## SKRIPSI

### ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT. PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

ARNITAYANTI BINTI HERMAN  
1810421197

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 22 Maret 2022 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Nina Fapari Arif, S.E., M.Si.	Ketua	1.....
2.	Dr. Nurmadhani Fitri Suyuthi, S.E., M.Si.	Sekretaris	2.....
3.	Ilham Safar, S.M., M.M.	Anggota	3.....
4.	Virza Hadrianti, S.Sos., S.E., M.Si.	Anggota	4.....

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial  
Universitas Fajar

  
Dr. Abdul Majid Bakri, S.S., M.E.

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Arnitayanti Binti Herman

Stambuk : 1810421197

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **"ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT. PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR"** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak dapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70)

Makassar, 22 Maret 2022

Penulis



Arnitayanti Binti Herman

## PRAKATA

Assalamualalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai yang diharapkan. Tidak lupa penulis mengirimkan shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan kealam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Adapun judul skripsi yang akan diteliti yaitu **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT. PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR”** yang akan dilaksanakan di Kantor PT. Pertani (Persero) Kota Makassar.

Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai Gelar Sarjana (S1) Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.

Dalam kesiapan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, arahan dan pedoman dari berbagai pertemuan dan penulis juga banyak mendapat dukungan dari kedua orang tua penulis (Arnitayanti Binti Herman) Bapak Herman dan Ibu Ramisi selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan secara material maupun spiritual. Oleh karena itu, pada acara ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si. selaku rektor Universitas Fajar.
2. Ibu Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Bapak Dr. Ir. Mujahid, S.E., M.M.. Selaku Deputi Rektor III Universitas Fajar.

4. Bapak Dr. Abdul Majid, S.S., M.E selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Fajar.
5. Ibu Dr. Nina Fapari Arif, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar untuk segala jasanya selama proses perkuliahan.
7. Untuk teman-teman saya, sahabat saya yang selama ini telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis memahami bahwa baik substansi maupun laporan proposal ini masih jauh dari kata bagus dan masih banyak kekurangan dalam penyusunan dan penyajian materinya. Untuk itu analisa dan ide dari semua pihak. Penulis mengharapkan adanya perbaikan dari laporan ini. Dan dapat bermanfaat bagi penulis secara khusus dan bagi pembaca sebagai aturan.

UNIVERSITAS FAJAR  
Makassar, 13 Maret 2022

Arnitayanti Binti Herman

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BERAS PT. PERTANI (PERSERO) KOTA MAKASSAR**

**Arnitayanti Binti Herman  
Nina Fapari Arif**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil beberapa sampel berupa wawancara, dengan jumlah informan 10 orang. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berpengaruh pada pelayanan kualitas produk, dan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) Kota Makassar. Dengan jumlah 10 orang informan yang peneliti wawancara tentang tanggapan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dan 10 orang informan mengaku bahwa pelayanan yang diberikan sangat baik dan ramah. Tingkat kepentingan PT. Pertani (Persero) Kota Makassar terhadap konsumen sesuai dengan harapan, yaitu bagaimana dengan kualitas produk beras PT. Pertani (Persero). 10 informan mengaku bahwa kualitas beras tersebut sangat bagus dan bersih sehingga dengan harga yang ditetapkan sesuai. Penanganan keluhan dari staff PT. Pertani (Persero) apakah cepat di tanggapi. Dan 10 informan mengaku bahwa penanganan keluhan dari konsumen cepat ditanggapi dari pihak staff. Kepuasan konsumen tentang kemasan apakah sesuai dengan yang konsumen butuhkan. 10 informan mengaku bahwa kemasan tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Produk Beras



## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE LEVEL CONSUMER SATISFACTION OF RICE PRODUCTS PT. PERTANI (PERSERO) MAKASSAR CITY**

**Arnitayanti Binti Herman  
Nina Fapari Arif**

*This study aims to determine the level of consumer satisfaction of rice products of PT. Pertani (Persero) Makassar City. This research data collection uses qualitative research methods by taking several samples in the form of interviews, with the number of informants 10 people. Based on the results of the study, it can be concluded that the level of consumer satisfaction affects the service quality of the product, and the price set by PT. Pertani (Persero) Makassar City. With the number of informants 10 people who interviewed researchers about customer responses regarding the services provided to consumers. And 10 people informants admitted that the services provided were very good and friendly. The level of importance of PT.Pertani (Persero) Makassar City towards consumers is in accordance with expectations, namely what about the quality of PT.Pertani (Persero) rice products. 10 informants admitted that the quality of the rice was very good and clean, so the prices were set accordingly. Handling complaints from staff of PT. Pertani (Persero) whether to respond quickly. And 10 informants admitted that handling complaints from consumers was quickly responded to by the staff. Consumer satisfaction about whether the packaging is in accordance with what consumers need. 10 informants admitted that the packaging was in accordance with what was needed.*

*Keywords: Customer Satisfaction, Rice Products*



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	8
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	8
2.1.2. Produk.....	16
2.1.3. Konsumsi Beras .....	20
2.2. Tinjauan Empirik.....	22
2.3. Kerangka Konsep .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Kehadiran Penelitian.....	31
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.4 Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data .....	34
3.7 Pengecekan Validitas Data .....	35
3.8 Tahap-Tahap Penelitian.....	36

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.2 Pembahasan.....	43
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>45</b>
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>



UNIVERSITAS FAJAR

## DAFTAR TABEL

1.1 Laporan Penjualan Periode : 01/01/2021 sd 28/12/2021 .....	5
2.1 Tabel Tinjauan Empirik .....	22



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konsep.....	29
--------------------------	----



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kemajuan ekonomi di era globalisasi ini telah mendorong tumbuhnya berbagai sektor usaha, termasuk sektor produksi. Semakin banyak pengusaha yang mendirikan usaha di bidang produksi, maka semakin tinggi pula persaingan usaha di bidang ini. Semakin tinggi tingkat persaingan bisnis, setiap perusahaan harus lebih serius dalam mengelola manajemen perusahaannya dengan lebih baik dan mampu mengambil inisiatif dengan mengubah cara pelayanan dan kualitas produksinya. Hal ini dilakukan agar usahanya tetap berjalan dan mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan lain.

Salah satu aspek penting dalam memenangkan persaingan adalah menciptakan kepuasan bagi pelanggan perusahaan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Umar, 2002). Selama dan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen mengembangkan rasa puas atau tidak puas. Ini adalah penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh pengalaman menggunakan dan mengkonsumsi barang atau jasa.

Kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*) tergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembelian. Jika kinerja produk secara signifikan lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, pembelian

puas. Jika kinerja melebihi harapan, pembeli lebih bahagia. Perusahaan pemasaran terkemuka akan menemukan caranya sendiri untuk menjaga kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan membeli lagi, dan akan memberi tahu orang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah mencocokkan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan (Kotler & Armstrong, 2001).

Oleh karena itu, perusahaan yang mampu bersaing di pasar adalah perusahaan yang dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam menyediakan produk. Hal ini dimaksudkan agar semua barang atau jasa yang ditawarkan mendapatkan tempat yang baik di mata masyarakat sebagai konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang atau jasa didasarkan pada motivasi yang akan mempengaruhi jenis dan rasa dari barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan kualitas yang baik, setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Begitu pula sebaliknya, kualitas yang buruk akan mempengaruhi persepsi kepuasan konsumen terhadap produk. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi kembali produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan berhenti melakukan pembelian ulang (Sumarwan, 2002).

PT. Pertani (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri sejak tahun 1959 sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pertanian. PT Pertani (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis yang memproduksi, mengadakan, dan memasarkan sarana produksi dan komoditas pertanian. Sesuai dengan arahan strategis

pemegang saham, PT Pertani (Persero) diposisikan sebagai BUMN yang fokus pada bisnis biji-bijian untuk mendukung ketahanan pangan nasional.

Di bidang pertanian, PT. Pertani (Persero) menjadi tumpuan pembangunan ekonomi dan ketahanan pangan nasional. Dengan strategi memperkuat kekuatan bisnis inti saat ini, PT. Pertani (Persero) bertujuan untuk menjadi perusahaan benih dan beras nasional yang terkemuka dan berkelanjutan.

PT. Pertani (Persero) di Kota Makassar, Wilayah Sulawesi Selatan yang mengelola empat kantor cabang dan 19 unit penggilingan padi. PT. Pertani (Persero) menggunakan UPP Sidrap, UPP Bulukumba, UPP Bone, UPP Pinrang, dan UPP Polmas untuk memproduksi beras kemasan. Dan beras tersebut akan dijual di sejumlah toko koperasi. PT Pertani (Persero) memiliki beberapa produk beras, antara lain: (1) Beras Anggrek Plicata Setra Ramos produksi di UPP Bulukumba, (2) Celebes dan Beras, (3) Kepala Khusus Beras yang diproduksi di UPP Sidrap, (4) Beras Super Kepala yang diproduksi di UPP Pinrang, dan (6) Beras Kepiting yang diproduksi di UPP Bone. Produk beras seperti beras kepala khusus dan beras kepala super termasuk yang paling banyak dicari oleh konsumen dan distributor.

Beras berkualitas ditentukan oleh pembeli dan berbagai lapisan masyarakat. Diantara produsen, pengolah dan konsumen masing-masing memiliki pandangan yang berbeda dalam menilai kualitas beras. Bagi produsen, volume-berat yang mempengaruhi berat jenis adalah pertimbangan yang sangat penting. Bagi pengolah, kadar air GKG (gabah kering giling), kadar butir utuh dan penampakan beras adalah sangat penting. Namun hal yang paling diperhatikan oleh konsumen adalah penampilan luar dan butir beras dan kualitas rasa beras ketika dimakan.

Oleh karena itu, pakar penelitian dan pengembangan benih harus memperhatikan parameter-parameter mutu tersebut. Faktor yang mempengaruhi kualitas beras pada dasarnya dibedakan menjadi 3 bagian untuk dipahami: (1) Bagian produksi: variates, lokasi produksi, cuaca, musim, cara penanaman, kerusakan akibat serangga dan hasil panen. (2) Bagian pengolahan: pengeringan, penyimpanan, penggilingan dan lain-lain (3) Bagian konsumen: penyulupan air dan cara pemasakan. Yang berpengaruh paling besar dan kualitas beras adalah jenis gabah (*variates*). Karakteristik dari jenis gabah adalah faktor utama yang menentukan kualitas beras. Dengan memilih benih yang berkualitas akan dapat memproduksi beras yang berkualitas pula.

PT.Pertani (Persero) Kota Makassar Wilayah Sulawesi-Selatan membawahi empat kantor cabang pemasaran dan 19 unit penggilingan padi. Kegiatan produksi beras kemasan oleh PT. Pertani (Persero) dilakukan oleh UPP Sidrap, UPP Bulukumba, UPP Bone, UPP Pinrang, dan UPP Polmas. Dan hasil produksi beras tersebut akan di pasarkan di beberapa toko yang bekerjasama.

Tingkat penjualan produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar dapat dilihat dari data Laporan Penjualan Kwantum Rupiah Per Produk Periode: 01/01/2021 s/d 28/12/2021 sebagai berikut;

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Kwantum Rupiah Per Produk  
Periode : 01/01/2021 s/d 28/12/2021

Nomor	Nama	Total Penjualan	
		Kwantum	Rupiah
05-01-05-00001	BPJ Beras Medium/PMN/-/Medium/ /	60,000.00	522,000,000.00
05-01-05-00001	BPJ Beras Medium/-/25kg/ Medium PIDC/ /	60,000.00	900,500,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/-/10kg/ Super/ /	60,000.00	204,000,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/PMN/25kg/Kepiting/ /	60,000.00	1,054,750,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/ Kepala New/ PMN/25KG/Kharisma/ /	60,000.00	99,079,400.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/ PMN/10kg/ Kepiting/ /	60,000.00	97,250,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/PMN/5kg/Anggrek/ /	60,000.00	153,915,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/Kepala New/PMN/25kg/Premium PIDC/ /	60,000.00	141,225,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/Cap Jeruk/ 10kg/-/ /	60,000.00	500,080,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/-/10kg/Cap Jeruk/ /	60,000.00	1,819,423,500.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/-/ 3kg/Zakat/ /	60,000.00	38,987,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/Kepala New/PMN/20KG/Kharisma/ /	60,000.00	336,042,000.00
05-01-06-00001	BPJ Beras Kualitas Kepala/Kepala New/PMN/10kg/Kepiting/ /	60,000.00	963,834,750.00
05-01-06-00002	BPJ Beras Kualitas Kristal/PMN/-/Celebes/ /	60,000.00	1,430,126,000.00
05-01-06-00002	BPJ Beras Kualitas Kristal/PMN/10kg/Celebes/ /	60,000.00	422,880,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/-/20kg/Mc.Donald/ /	60,000.00	1,594,982,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/Super New/25kg/-/ /	60,000.00	1,147,090,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/25kg/Super New/ /	60,000.00	4,230,455,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/25kg/Super New/ /	60,000.00	7,418,300,100.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/10kg/Super New/ /	60,000.00	1,642,894,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/20kg/Super New/ /	60,000.00	197,535,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/10kg/Super New/ /	60,000.00	4,102,932,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/5kg/Super New/ /	60,000.00	679,580,500.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/5kg/Super New/ /	60,000.00	672,200,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/20kg/Super New/ /	60,000.00	461,730,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/-/10kg/Super New/ /	60,000.00	330,800,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/-/Super / /	60,000.00	442,848,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/Super New/20kg/-/ /	60,000.00	48,000,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/Super New/10kg/-/ /	60,000.00	230,200,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/Super New/5kg/-/ /	60,000.00	208,888,000.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/PMN/10kg/Kharisma/ /	60,000.00	1,275,418,500.00
05-01-06-00003	BPJ Beras Kualitas Super/-/ 10kg/ Kharisma/ /	60,000.00	366,000,000.00
05-01-13-00001	BPJ B eras Khusus/Ratu Mutiara/1kg/Hitam/ /	60,000.00	880,000.00
05-01-13-00001	BPJ B eras Khusus/Ratu Mutiara/1kg/Merah/ /	60,000.00	1,590,000.00
05-01-13-00001	BPJ B eras Khusus/Ratu Mutiara/1kg/Organik/ /	60,000.00	1,760,000.00

Sumber PT.Pertani (Persero) Wilayah Sulawesi-Selatan 2021

Dari data diatas dapat dilihat bahwa permintaan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) kota Makassar mempengaruhi penjualan perusahaan. Focus usaha ini telah mendorong PT. Pertani (Persero) mereposisi diri untuk memperkuat kinerja dengan membangun

kompetensi bisnis inti sebagai produsen dan distributor berbagai komoditi pertanian dan sarana prasarana pertanian.

Makassar dan daerah sekitarnya menjual produk dari berbagai kegiatan produksi pertanian. Untuk mengetahui seberapa puas pelanggan, perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa keinginan dan aspirasi pelanggannya, serta bagaimana mereka berperilaku dan apa yang mungkin membuat mereka puas.

Memahami akan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan untuk mencapai kesuksesan pemasaran sangat penting mengingat hal tersebut di atas. Pembelian beras PT. Pertani (Persero) kemungkinan besar akan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan secara berkala.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar**”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut:

“Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan atau harapan (*expectation*) konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

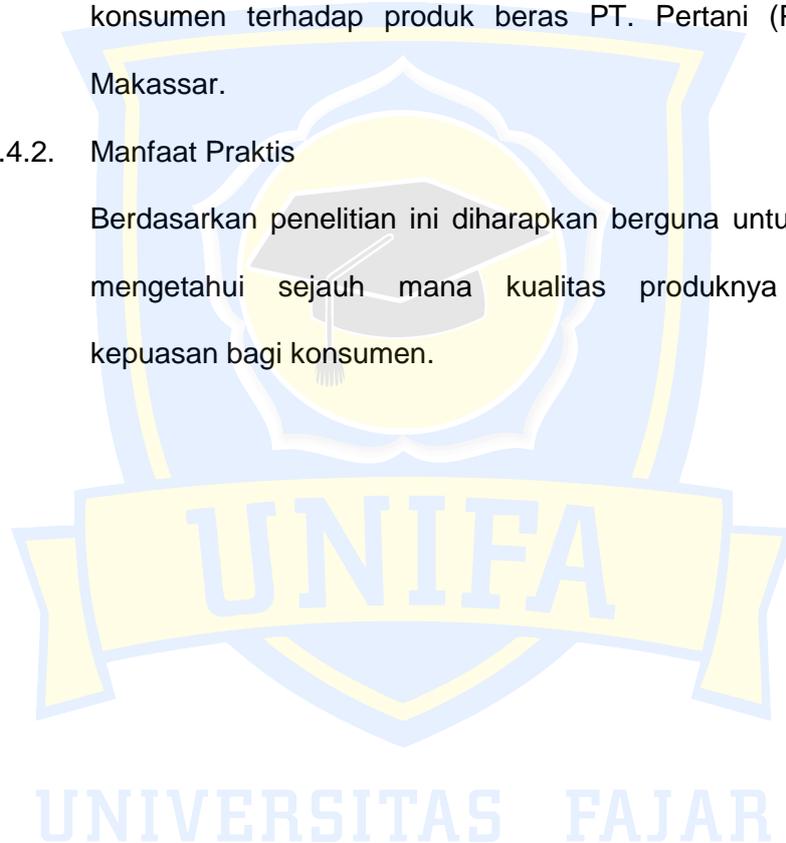
Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat berguna bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut:

##### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan penelitian selanjutnya bagi kalangan mahasiswa tentang kepuasan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar.

##### 1.4.2. Manfaat Praktis

Berdasarkan penelitian ini diharapkan berguna untuk perusahaan mengetahui sejauh mana kualitas produknya memberikan kepuasan bagi konsumen.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori dan Konsep**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumsi bukanlah akhir dari proses pengambilan keputusan bagi konsumen. Konsumen akan menilai kebiasaan konsumsi mereka dan melakukan penyesuaian berdasarkan temuan mereka. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan penggunaan produk atau layanan mereka dapat diukur melalui penilaian pengalaman konsumsi mereka. Untuk produk atau layanan apa pun, pelanggan memiliki pilihan untuk senang atau tidak puas. Pelanggan yang puas dengan suatu produk atau jasa mungkin untuk membeli dan menggunakannya lagi (Sumarwan, 2002).

Dalam hal meningkatkan keberhasilan pemasaran suatu perusahaan, Nugroho (dalam Edwin, 2017) mengatakan bahwa kebahagiaan pelanggan merupakan faktor vital. Pelanggan yang puas dengan pembelian mereka lebih mungkin untuk membeli dari mereka lagi di masa depan. Ini merangsang pengembangan loyalitas di benak konsumen yang bahagia dengan menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang ideal. Sejauh mana harapan pelanggan terwujud adalah penentu utama kepuasan karyawan. Loyalitas pelanggan di sisi lain, adalah ukuran dari apa yang konsumen bersedia untuk melakukan pembelian lagi.

Kotler dan Keller (dalam Setiawan, dkk. 2016) menyatakan bahwa sejauh mana pelanggan senang atau kecewa dengan kinerja produk

(atau hasil) dibandingkan dengan harapan mereka merupakan indikasi kepuasan konsumen. Keinginan masyarakat untuk melihat peningkatan kualitas layanan juga berkontribusi terhadap tingginya tingkat kepuasan pelanggan ini. Keluhan konsumen di bagian komentar media sosial menunjukkan betapa kritis dan menuntutnya pelanggan di dunia saat ini. Menurut sejumlah penelitian terbaru, data media sosial tentang keluhan pelanggan tidak selalu bisa diandalkan sebagai standar yang memadai untuk menilai perilaku konsumen. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memastikan kualitas layanan dan melakukan evaluasi.

Konsumsi tidak mengakhiri proses pengambilan keputusan konsumen, kebiasaan pembelian konsumen akan bergeser sebagai konsekuensi dari temuan ini. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dengan produk atau layanan dapat diukur dengan pengalaman pelanggan menggunakan produk atau layanan. Hampir setiap produk atau layanan yang ditemui pelanggan akan memuaskan atau mengecewakan mereka. Pelanggan yang puas dengan produk atau layanan perusahaan lebih cenderung membeli kembali. (Sumarwan, 2002).

Agar pemasaran perusahaan berhasil, perlu untuk membuat pelanggan senang, menurut Nugroho (dalam Edwin, 2017). Pelanggan yang puas dengan pembelian mereka akan kembali untuk membeli. Karena berusaha untuk mencapai tingkat kesenangan pelanggan yang optimal, mendorong pengembangan loyalitas pelanggan. Ketika harapan pelanggan terpenuhi, kepuasan konsumen merupakan faktor utama. Ini adalah cara untuk melacak berapa kali konsumen bersedia membayar untuk produk atau layanan tertentu.

## A. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen

Berbicara tentang kebahagiaan/kepuasan pelanggan, Kotler (dalam Harun, 2013) mengemukakan beberapa ide:

a) *Expectation* (harapan)

Sebelum suatu produk dibeli, pelanggan membentuk ekspektasi tentang apa yang mungkin mereka antisipasi untuk dapatkan dari produk setelah mereka membelinya.

b) *Performance* (kinerja)

Konsumen melihat kinerja dan keunggulan produk dalam konteks kepentingan mereka sendiri saat mereka menggunakannya.

c) *Comparison* (kesesuaian)

Konsumen membandingkan pendapat mereka tentang kinerja produk setelah mereka menggunakannya untuk sementara waktu.

d) *Confirmation/ disconfirmation* (penegasan)

Kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah keinginan pra-pembelian konsumen sesuai atau tidak dengan persepsi pasca-pembelian mereka.

e) *Discrepancy* (ketidak-sesuaian)

Dalam situasi ketika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan atas perbedaan menentukan perbedaan di antara para pihak. Pelanggan yang tidak puas lebih mungkin untuk mengungkapkan ketidaksenangan mereka jika harapan mereka tidak terpenuhi.

Menurut Kotler (2000), ada tiga faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen:

a) Loyal terhadap produk.

Pelanggan yang puas lebih cenderung bertahan. Pelanggan yang senang dengan pembelian mereka lebih mungkin untuk kembali ke perusahaan yang sama di masa depan. Mengulangi pengalaman positif dan menghindari pengalaman negatif adalah kekuatan pendorong di balik dorongan untuk membeli lagi.

b) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Kepuasan merupakan aspek penting dalam mempromosi dari mulut ke mulut yang menguntungkan. Ini mungkin berupa merekomendasikan produk dan bisnis yang menjualnya kepada calon klien lainnya.

c) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

Ketika pelanggan senang dengan barang atau jasa perusahaan, maka terjadi proses kognitif.

Apa yang Kotler (dalam Harun, 2013) sebut sebagai harapan pelanggan, kesesuaian, konfirmasi/diskonfirmasi, dan ketidaksesuaian adalah komponen kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini (*non-conformance*). Untuk menilai kepuasan pelanggan dengan lebih baik terhadap barang-barang beras, para peneliti menggunakan lima kriteria ini karena mereka percaya bahwa mereka cukup andal.

B. Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menurut Lupiyoadi (2001), kebahagiaan pelanggan dapat diukur dengan melihat lima aspek yang berbeda, antara lain:

a) Kualitas Produk

Mereka yang menggunakan item berkualitas tinggi akan senang dengan hasil penilaian mereka. Menurut seseorang, barang tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

b) Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik atau memenuhi harapan akan membuat pelanggan senang.

c) Emosional

Ketika orang lain memujinya karena menggunakan merek kelas atas, pelanggan merasa puas.

d) Harga

Jika suatu produk memiliki kualitas yang sama tetapi dengan harga yang wajar, itu akan menjadi nilai lebih bagi pembeli.

e) Biaya

Pelanggan lebih cenderung senang dengan produk atau layanan jika mereka tidak perlu menghabiskan lebih banyak uang atau waktu untuk mendapatkannya.

Menurut berbagai pakar industri, Amir (2012) mengidentifikasi elemen-elemen berikut yang memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan:

a) Pelayanan

Kemampuan untuk memberikan layanan pelanggan yang sangat baik sangat penting untuk keberhasilan berbagai perusahaan yang berhubungan dengan layanan. Tingkat

layanan perusahaan atau agensi adalah ukuran seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005), orientasi layanan perusahaan lebih berfokus pada bagaimana menerapkan praktik, aturan, dan proses dalam rangka melayani pelanggan dengan lebih baik (dalam Amir, 2012).

b) Kualitas Produk

Sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk karena kualitas perusahaan yang membuat produk tercermin dalam kualitas produknya. Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh persepsi kinerja yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk (Amir, 2012).

Jika organisasi memperhatikan kualitas, maka akan mendapatkan keuntungan dari peningkatan penjualan barang-barang berkualitas tinggi dengan harga bersaing, menurut Gaspersz (dalam Amir, 2012).

c) Harga

Harga yang dibebankan oleh perusahaan kepada pelanggan berfungsi sebagai barometer kualitas barang yang mereka beli. Konsumen tidak akan membeli dan memanfaatkan suatu produk jika harganya tidak sesuai dengan kualitasnya.

Menurut Sutojo (2009), permintaan pasar terhadap suatu produk secara langsung dipengaruhi oleh harganya. Karena penetapan harga pada dasarnya adalah apa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan atau institusi untuk membeli produk atau layanan mereka (dalam Amir, 2012).

#### d) Promosi

Mempromosikan item layanan adalah salah satu aspek pemasaran paling penting yang digunakan oleh organisasi, menurut Lupiyoadi (2006). Selain sebagai sarana bagi perusahaan dan pelanggan untuk berkomunikasi, kegiatan promosi juga dapat digunakan untuk mempengaruhi pelanggan agar melakukan pembelian atau memanfaatkan layanan dengan cara yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Akibatnya akan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (dalam Amir, 2012).

Seperti yang ditunjukkan di atas, lima aspek menentukan kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, dan biaya. Hal ini berdasarkan penjelasan sebelumnya. Produk tersebut dipilih oleh peneliti sebagai salah satu kriteria yang akan diteliti. Garis pertahanan terkuat perusahaan melawan para pesaingnya adalah memastikan bahwa pelanggan puas.

### C. Metode Perhitungan Kepuasan Konsumen

Berikut ini adalah beberapa cara berbeda untuk mengukur kebahagiaan pelanggan: (Kotler & Susanto, 2001)

#### a. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan (customer-centered) menyediakan berbagai cara bagi konsumen untuk menyuarakan keprihatinan dan rekomendasi mereka, seperti melalui kotak saran, kartu komentar, hotline pelanggan, dan metode lainnya. Informasi ini dapat membantu organisasi

menemukan solusi kreatif untuk tantangan dan meresponsnya dengan cepat dan efektif.

*b. Ghost Shopping*

Mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap produk perusahaan dan pesaing dapat dilakukan dengan mempekerjakan sejumlah orang untuk bertindak atau berpura-pura menjadi pelanggan potensial dan kemudian meminta mereka untuk melaporkan temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dan pesaing mereka. Produk. Konsumen hantu juga dapat melihat bagaimana setiap keluhan ditangani.

*c. Lost Customer Analysis*

Pelanggan yang telah menghentikan atau mengganti pemasok harus dihubungi oleh perusahaan untuk mengetahui mengapa hal ini terjadi. Tidak cukup hanya melakukan wawancara keluar; itu juga penting untuk mengawasi kecepatan gesekan klien, yang menunjukkan ketidakmampuan perusahaan untuk menyenangkan konsumennya.

*d. Survei Kepuasan Konsumen*

Penelitian survei, baik melalui surat, telepon, atau wawancara langsung, adalah metode yang paling umum digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Ini karena perusahaan akan mendapatkan komentar dan masukan dari pelanggan secara langsung melalui survei, dan ini akan menjadi indikasi yang menguntungkan bahwa perusahaan menghargai pelanggannya.

### 2.1.2. Produk

#### 1. Pengertian Produk

Produk dan jasa digunakan oleh manusia untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual kepada masyarakat untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Apa pun yang memenuhi kebutuhan berada di bawah payung gagasan produk, yang tidak terbatas pada produk berwujud. Pengetahuan tentang kebutuhan manusia menjelaskan mengapa tidak mungkin memisahkan produk dari keinginan manusia yang sesuai.

Apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dan memenuhi kepuasan atau kebutuhan adalah produk (Kotler & Armstrong, 2001).

Umar (2002), produk (barang) adalah segala sesuatu yang pembeli, pengguna, atau konsumen dapat menggunakan atau mengkonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.

#### 2. Konsep Berwawasan Produk dan Kualitas Produk

Pemikiran berorientasi produk menunjukkan bahwa pembeli akan lebih memilih barang yang memberikan kualitas tertinggi, kinerja atau fitur unik lainnya (Kotler & Susanto, 2000). Manajer di perusahaan dengan penekanan kuat pada produksi barang berkualitas tinggi lebih mungkin untuk mendedikasikan upaya mereka untuk melakukannya.

Untuk mendapatkan keuntungan, model pemasaran saat ini mengharuskan bisnis bersaing berdasarkan kualitas daripada harga.

Seperti yang didefinisikan oleh Kotler & Armstrong (2001), kualitas produk adalah kapasitas produk untuk menjalankan fungsinya dengan cara yang bermanfaat bagi audiens yang dituju. Penilaian rinci pelanggan atas kinerja barang yang sangat baik dapat disebut sebagai kualitas barang. Akibatnya, perusahaan harus dapat terus meningkatkan kualitas produknya.

Efektivitas kampanye pemasaran tergantung pada kualitas produk yang dijual. Karena kualitas pada akhirnya ditentukan oleh konsumen, perusahaan harus memperhitungkan pandangan pelanggan mereka tentang kualitas untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Pelanggan akan melihat barang-barang berkualitas, dan ini akan menyebabkan peningkatan volume penjualan, yang akan membantu perusahaan dalam jangka panjang.

### 3. Fungsi Kemasan Produk

Berikut adalah definisi dari fungsi kemasan menurut para ahli:

- 1) Fungsi kemasan menurut Kotler dan Armstrong (2012) bahwa proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya.
- 2) Fungsi lain kemasan menurut Wijayanti (2012) adalah :
  - a) Dapat membuat indah suatu produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk
  - b) Memberikan keamanan produk supaya tidak rusak saat dipajang di toko
  - c) Memberikan keamanan produk ketika proses pendistribusian produk

- d) Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan
  - e) Adalah hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut
- 3) Menurut Kotler dan Keller (2012), Kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Beberapa factor yang memiliki kontribusi penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran;
- a. Swalayan, kemasan yang efektif melaksanakan tugas dalam penjualan: menarik perhatian, menggambarkan fitur produk, menciptakan keyakinan konsumen, dan membuat kesan menyenangkan.
  - b. Kekayaan Konsumen, peningkatan kekayaan konsumen membuat mereka bersedia membayar lebih besar untuk kenyamanan, penampilan, keandalan, dan gengsi kemasan yang lebih baik.
  - c. Perusahaan dan Citra merek, kemasan mempunyai peran terhadap pangkuan segera atas perusahaan atau merek.
  - d. Peluang Inovasi, kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi para produsen.

Pengemasan menurut para ahli di atas dapat diartikan sebagai suatu bahan pengemas produk yang digunakan untuk mengawetkan, mengidentifikasi, dan mempromosikan identitas suatu produk. Akibatnya, fungsi pengemasan tidak hanya sebagai sarana pengamanan barang tetapi juga sebagai alat

pemasaran, membantu membangun identitas perusahaan dan meningkatkan labanya.

#### 4. Nilai Produk dalam Kepuasan Konsumen

Nilai pelanggan pertama kali didefinisikan oleh Kottler (2003) sebagai "perbedaan antara apa yang pelanggan bersedia bayar dan apa yang ingin mereka dapatkan." Nilai pelanggan total suatu barang atau jasa adalah jumlah dari semua keuntungan yang diantisipasi konsumen untuk diperoleh darinya. Evaluasi produk atau jasa, biaya perolehan, penggunaan dan pembuangan semuanya dianggap sebagai bagian dari total biaya pelanggan.

Empat komponen nilai yang dipersepsikan yang dikutip Monroe (dalam Kritanto, 2005) adalah biaya, nilai tukar, estetika, dan peran relatif kinerja produk suatu merek dalam menciptakan nilai. Dalam teorinya tentang nilai produk, Monroe mengemukakan hal berikut:

- a. Biaya (*cost*), biaya adalah total uang yang dikeluarkan atau dibayarkan konsumen untuk memperoleh dan mengonsumsi sebuah produk. Biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen selain harga beli adalah biaya-biaya perawatan (*post-purchase*) selama mengonsumsi produk tersebut.
- b. Nilai pertukaran (*exchange value*), adalah nilai yang diterima oleh pelanggan berhubungan dengan merek dan kemudahan yang diperoleh konsumen dalam mengonsumsi sebuah produk. Citra positif terhadap sebuah merek dan kemudahan akan berdampak pada tertanamnya loyalitas dan menciptakan value.

- c. Estetika, adalah nilai dimana konsumen merasa senang dan nyaman terhadap produk yang digunakannya. Indikator kenyamanan produk terlihat pada bentuk, desain, dan interior. Dalam penelitian ini dimensi estetika diukur dengan indikator model sepeda motor yang ditawarkan sangat menarik dan model tersebut dapat mendukung aktifitas sehari-hari konsumennya.
- d. Fungsi secara relative, adalah bagaimana sebuah produk digunakan, serta kemampuannya dalam meredeksi biaya atau menghasilkan keuntungan tertentu bagi konsumen. Kualitas sebuah produk secara relatif memiliki fungsi tertentu yang bersifat intangible sejalan dengan jangka waktu atau cara konsumen menggunakan produk tersebut.

### **2.1.3. Konsumsi Beras**

Beras yang sudah dikupas dan digiling hanyalah gabah yang telah dihilangkan kulit luarnya melalui proses penggilingan dan penggilingan (Astawan, 2004).

Nasi merupakan masakan Indonesia yang paling umum, menurut Sediaoetama (1999). Dedak kasar dibuat dari beras yang telah dikupas kulit luarnya atau sekamnya. Lapisan aleuron, institusi, dan beberapa sel benih yang dilepaskan selama proses penggilingan merupakan sumber dedak halus, yang berasal dari lapisan luar benih padi. Jika memiliki banyak dedak kasar, dapat menggunakannya sebagai bahan bakar atau menggabungkannya dengan pakan unggas atau ikan.

Beras merupakan komoditas penting dalam kehidupan sosial ekonomi Indonesia. Lebih dari 90% orang Indonesia makan nasi sebagai makanan pokok, menjadikan nasi sebagai bagian penting dari makanan mereka. Mayoritas orang Indonesia mengandalkan beras sebagai makanan pokok karena merupakan komponen utama di hampir semua barang Indonesia dan juga berfungsi sebagai sumber makanan yang signifikan. Karena jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar, ketersediaan beras menjadi sangat penting.

Peningkatan permintaan beras sepanjang tahun disebabkan oleh masuknya komoditas beras kepada mereka yang sebelumnya kurang berminat memakan biji-bijian. Mereka dulu makan sagu sebagai sumber nutrisi utama mereka, tapi sekarang mereka makan nasi sebagai kebiasaan biasa. Juga, individu di Maluku, Sulawesi Utara, dan Madura berada di perahu yang sama.

Makanan orang Indonesia hampir seluruhnya berbasis nasi. Beras tersebut selanjutnya akan diubah menjadi beras yang merupakan sumber gizi utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Selain karbohidrat, nasi juga merupakan sumber protein dan nutrisi lain yang baik. Vitamin B-1 (tiamin), banyak ditemukan di kulit luar beras, merupakan vitamin yang larut dalam air (Astawan, 2004).

Beras adalah makanan yang memberikan nutrisi yang dibutuhkan tubuh. Beras adalah sumber yang baik dari beberapa nutrisi penting, termasuk vitamin, mineral, dan protein.

Secara umum, beras dapat dikategorikan menjadi tiga kategori:

a. Beras putih

Beras putih merupakan jenis beras yang ditanak menjadi nasi untuk di konsumsi secara rutin.

b. Beras merah

Beras yang mengandung gen memproduksi antosianin yang merupakan sumber warna merah atau ungu.

c. Beras ketan

Beras ketan adalah jenis beras yang tidak dikonsumsi secara rutin, beras ketan bisa dijadikan bahan pembuat kue.

## 2.2. Tinjauan Empirik

Peneliti yang mengandalkan tinjauan empiris dari pekerjaan sebelumnya sebagai standar untuk pekerjaan mereka sendiri lebih mampu memperkaya teori yang mereka gunakan untuk mengevaluasi pekerjaan mereka sendiri, dan ini memudahkan mereka untuk melakukan studi mereka sendiri. Penulis mengkaji penelitian yang dilaporkan oleh beberapa orang yang terlibat dalam penelitian ini, seperti berikut ini:

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik

NO	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil yang diperoleh
1.	Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias, 2019	Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif sebab metode ini digunakan untuk meneliti dan	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada sebelumnya, dapat ditarik

			<p>memecahkan masalah yang timbul melalui analisa data. Data yang dikumpulkan berupa kata - kata, gambar, dan angka-angka.</p>	<p>kesimpulan yaitu berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kepuasan konsumen Kedai Kopi Kala Senja sebesar 81,34% artinya konsumen sangat puas terhadap produk yang ditawarkan di Kedai Kopi Kala Senja.</p>
2.	<p>IMA Juniantara, TGR Sukawati, 2018</p>	<p>Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dalam penelitian ini kualitatif yaitu jumlah responden dan skor jawaban kuesioner. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah</p>	<p>Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti apabila UberX mampu memberikan promosi yang baik dan berkualitas maka konsumen akan memiliki persepsi positif</p>

			<p>data yang di dapat dari sumbernya langsung dengan cara wawancara atau pengisian kuesioner oleh responden yang merupakan pengguna UberX di kota Denpasar.</p>	<p>terhadap Promosi UberX, sehingga tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti jika UberX mampu memberikan kualitas pelayanan yang optimal maka konsumen akan semakin puas dengan UberX. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat</p>
--	--	--	---	--

				<p>kepuasan konsumen UberX di Kota Denpasar maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen UberX.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan seperti keterbatasan jumlah responden dan masih menggunakan teknis analisis jalur (path analysis).</p>
3.	Purnomo Edwin Setyo, 2017	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan	Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian	Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap

		<p>konsumen “best autoworks”</p>	<p>kualitatif dan data primer yaitu dengan membagikan kuesioner.</p>	<p>kepuasan konsumen Best Autoworks, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang suda dilakukan. Hasil dari uji T menunjukan nilai Sig yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks daapt diterima kebenarannya. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Best</p>
--	--	----------------------------------	--	--

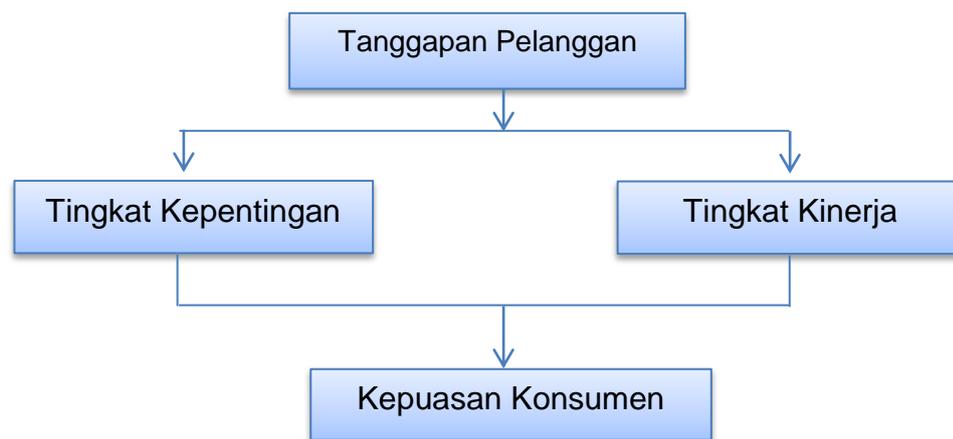
				<p>Autoworks, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan. Namun hasil dari uji t menunjukkan nilai sig yaitu sebesar 0,054. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Best Autoworks dapat diterima kebenarannya.</p>
--	--	--	--	--

4.	Afriani Bahar, Herman Sjahrudin, 2017	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.	Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif melalui explanatory survey, Menurut Sugiyono, (2013:13) explanatory survey merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang diteliti dan menjelaskan hubungan klasual antara variable-variable yang akan melalui pengujian hipotesis.	Kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang nyata terhadap minat beli ulang. Hal ini disebabkan pada indicator variabel kepuasan terhadap pengaruh besar yaout pada indicator atribut produk. Setelah konsumen melakukan pembelian lagi, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dengan membeli produk yang berbeda.
----	---------------------------------------	--	---	--

5.	Bagus Unggul Prastyo Putro, Edward Gagah, Leonardo Budi Hasiholan, 2017	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian notebook acer di kota semarang	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi dan sampel. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen yang membeli notebook merek Acer di kota Semarang yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sedangkan sampel adalah sejumlah individu yang jumlahnya kurang	<p>➤ Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.</p> <p>➤ Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.</p> <p>Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.</p>
----	---	--	---	---

### 2.3. Kerangka Konsep

Dalam sebuah penelitian, diperlukan sebuah kerangka konsep untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan. Adapun skema kerangka konsep sebagai berikut:



*Gambar 2.1 Kerangka Konsep  
(Garvin dalam Umar, 2000)*

Kerangka konseptual ini menjelaskan bahwa dalam lingkungan persaingan saat ini di antara perusahaan produksi beras, kepuasan pelanggan adalah prioritas utama. Artinya minat dan tanggapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan pelanggan agar konsumen yang mengkonsumsi beras merasa puas.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Teknik kualitatif digunakan dalam pendekatan penelitian ini. Diputuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan peristiwa atau realitas sosial untuk melukiskan gambarannya. Ide, keyakinan, persepsi, sikap, dan perilaku orang dapat dijelaskan dan dianalisis melalui penggunaan metode kualitatif. Berdasarkan filosofi post-positivisme, penelitian kualitatif adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis keadaan sesuatu yang alami.

Peneliti merupakan komponen vital dari pendekatan ini (Sugiyono, 2017). Garvin dan Umar, 2000, memberikan landasan konseptual untuk penelitian ini. Dimana besarnya signifikansi dan tingkat kinerja perusahaan menentukan tingkat kebahagiaan pelanggan dalam membeli suatu produk.

#### **3.2 Kehadiran Peneliti**

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti sangat penting karena mereka adalah sumber utama data. Dalam penelitian kualitatif, status peneliti mungkin sedikit keruh. Karena ia sekaligus peneliti dan perencana dalam penelitian. Istilah "instrumen penelitian" atau "alat penelitian" tepat di sini karena berfungsi sebagai dasar untuk segala sesuatu yang terjadi selama proyek penelitian (Moleong, 2016).

Partisipasi peneliti dalam penelitian ini sangat penting karena seperti yang telah dikatakan sebelumnya, peneliti bertindak sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dengan memasuki wilayah penelitian dan

berinteraksi langsung dengan informan. Untuk menjamin kualitas pengumpulan data, peneliti harus hadir, karena salah satu kualitas kualitatif pengumpulan data dilakukan oleh peneliti.

### **3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dan pengumpulan data dilakukan di Kantor PT. Pertani (Persero) Kota Makassar yaitu beralamat di Jalan Jendral Sudirman No.29, Kelurahan Mangkura, Kecamatan Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi-Selatan. Lokasi ini dipilih karena didorong oleh banyaknya pelanggan yang datang membeli beras PT. Pertani (Persero). Sedangkan waktu yang dipergunakan dalam melakukan penelitian yakni bulan Februari 2022 sampai 07 Maret 2022.

### **3.4 Sumber Data**

Sumber data primer dan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Data Primer**

Data primer didefinisikan oleh Sugiyono (2017) sebagai data yang diturunkan langsung dari sumbernya untuk keperluan pengumpulan data. Informasi dikumpulkan dari sumber primer, seperti wawancara dengan partisipan studi, observasi di lapangan. Peneliti memilih 10 orang informan karena menganggap 10 orang tersebut dapat memberikan informasi yang ingin peneliti ketahui mengenai kepuasan terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) Kota Makassar. Untuk mendapatkan data maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Menurut Sugiyono (2011) teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan langsung dari sumber seperti dokumen atau percakapan seseorang. Metode wawancara dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data, dan pertanyaan yang digunakan dalam wawancara bersifat terbuka sehingga informan dapat menjawab lebih lengkap.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian adalah semua tentang pengumpulan data, prosedur pengumpulan data adalah bagian paling penting dari proses. Peneliti tidak akan dapat memperoleh data yang memenuhi kriteria kecuali mereka terbiasa dengan metodologi pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk menjawab dan mengevaluasi masalah dan pertanyaan penelitian. Metode yang digunakan untuk memperoleh data untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Teknik Wawancara

Salah satu definisi wawancara adalah bahwa itu adalah percakapan di mana dua individu terlibat dalam pertanyaan dan jawaban bolak-balik untuk mendapatkan wawasan tentang subjek studi.

## 2. Teknik Observasi

Dengan melihat kejadian nyata kemudian mengamati kesulitan-kesulitan yang ada, kemudian menyajikan data tersebut sebagai data yang diperlukan, digunakan pendekatan observasi.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Secara ringkas, Sugiyono (2017) berpendapat bahwa teknik analisis data adalah proses menemukan data, menyusun data, dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesis, dan mengorganisasikan menjadi sebuah pola. Data ini dikumpulkan dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2017), proses analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, pengumpulan data adalah proses mencari, menangkap, dan menyusun informasi yang diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara, serta jenis data lainnya.
2. Reduksi data, mengurangi data memerlukan meringkas, memilih elemen yang paling signifikan, berkonsentrasi pada mereka, mencari kesamaan dan tren, dan menghapus hak yang tidak benar-benar diperlukan. Akibatnya, peneliti akan dapat mengumpulkan data yang lebih baik karena jumlah data telah dikurangi ke tingkat yang dapat dikelola.
3. Display data, penelitian kualitatif sering menggunakan cerita atau tulisan untuk menyampaikan temuan. Pada titik ini, peneliti menyampaikan data yang telah dianalisis dan diringkas secara logis.
4. Pengambilan kesimpulan, menyimpulkan, menguji, dan memverifikasi hipotesis Jika tidak ada cukup bukti untuk membenarkan putaran

pengumpulan data berikutnya, temuan asli akan direvisi. Namun, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian kualitatif mungkin atau mungkin tidak dapat menjawab rumusan awal masalah, karena masalah dan rumusan masalah bersifat dinamis dan dapat berubah selama studi lapangan.

### 3.7 Pengecekan Validitas Data

Data dikatakan valid dalam penelitian kualitatif apabila tidak terdapat ketidaksesuaian antara apa yang dilaporkan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek penelitian. Pengujian reliabilitas data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi, yaitu pengujian validitas data, yang dapat dilakukan dipahami sebagai verifikasi data dari beberapa sumber dan waktu yang berbeda (Sugiyono, 2017).

Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Selain wawancara dan observasi, peneliti dapat memanfaatkan catatan tertulis, arsip, catatan pendek, tulisan pribadi, atau bahkan gambar atau rekaman suara untuk memverifikasi kebenaran materi. Bukti atau bahkan data baru dapat diperoleh dari beberapa pendekatan ini juga. Kumpulan data yang berbeda akan memberikan berbagai sudut pandang yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan menetapkan kebenaran yang akurat.
- b. Sebuah metode yang disebut trigulasi teknis digunakan untuk memverifikasi keandalan sumber dengan menggunakan berbagai cara untuk memeriksa data yang sama. Metode wawancara dan observasi digunakan dalam penelitian ini.

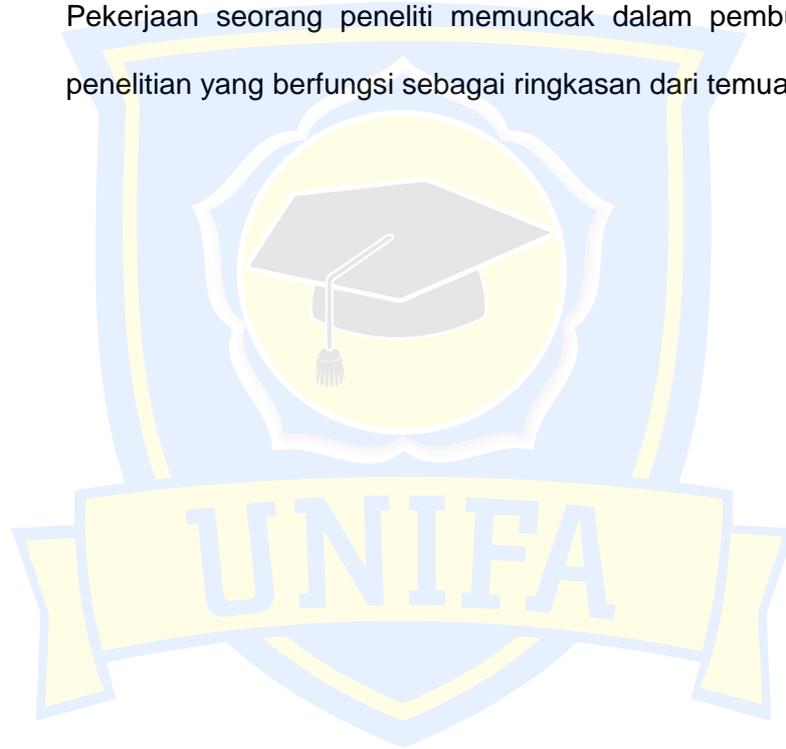
### 3.8 Tahap-Tahap Penelitian

Hasil baru yang sejalan dengan keprihatinan kontemporer adalah tujuan dari penelitian ini. Ada berbagai langkah yang harus diselesaikan oleh seorang analis sebelum temuan penelitian dapat disiapkan. Metode kuantitatif digunakan untuk memastikan bahwa tahapan penelitian kualitatif direplikasi dalam penelitian ini. Ada dua langkah lebih lanjut dalam penyelidikan ini:

- a. Buatlah keputusan tentang apa yang ingin teliti. Kajian tentang tingkat kepuasan pelanggan produk beras dari PT. Pertani Kota Makassar menjadi fokus penelitian ini.
- b. Pada titik ini, peneliti harus mengidentifikasi informan, proses peneliti, dan beberapa jenis data. Peneliti harus mempersiapkan semua ini sebelumnya untuk melanjutkan ke langkah berikutnya.
- c. Lakukan wawancara mendalam dan observasi. Peneliti dapat mengambil langkah awal ini untuk melakukan penelitian lapangan. Saat melakukan penelitian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara observasional dan kuesioner untuk mengumpulkan data.
- d. Catat apa yang pelajari dari wawancara. Adalah penting bahwa peneliti mendokumentasikan temuan dan implikasi dari pengamatan dan wawancara setelah dilakukan.
- e. Peneliti memeriksa data yang diperoleh selama fase observasi dan wawancara untuk memastikan data ditangani pada tahap selanjutnya.
- f. Menelaah semua data yang diperoleh, durai, dan terakhir memfokuskan pada permasalahan yang peneliti angkat sendiri.

Sebagai hasil dari pengurangan ini, peneliti sekarang memiliki data yang mungkin dia hadirkan.

- g. Setelah memilih data, peneliti sekarang dapat menawarkan data sebagai hipotesis yang membahas masalah yang telah mereka identifikasi.
- h. Penyajian data dilanjutkan dengan perekaman fakta, di mana data dan informasi yang relevan dimasukkan ke dalam penelitian. Pekerjaan seorang peneliti memuncak dalam pembuatan laporan penelitian yang berfungsi sebagai ringkasan dari temuan mereka.



UNIVERSITAS FAJAR

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar. Dalam hal ini lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti di kantor PT. Pertani (Persero) Kota Makassar.

Pelayanan merupakan hal penting bagi perusahaan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen. Maka dari itu PT. Pertani (Persero) berupaya memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dan aman saat berbelanja. Adapun hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara sebanyak 10 orang informan dengan pertanyaan yang diajukan oleh penulis mengenai tanggapan pelanggan terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) yaitu bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras. Seperti jawaban salah satu informan yang telah diwawancarai:

“Pelayanan yang diberikan baik, staff yang melayani cukup ramah dalam menyampaikan produk yang ingin di beli” (Hasil wawancara ini, 23 Februari 2022)

“Menurut saya pelayanannya sangat baik, tidak ada keluhan sampai saat ini” (Hasil wawancara Lince, 23 Februari 2022)

Harapan adalah bentuk kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan, konsumen produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar berharap agar kiranya PT. Pertani (Persero) Kota Makassar dapat mempertahankan kualitas beras yang ada yaitu kualitas beras yang bersih, putih dan memproduksi ukuran berat beras yang lebih kecil lagi misalnya 1kg dan 2kg.

Selanjutnya mengetahui lebih dalam lagi mengenai tanggapan pelanggan terhadap produk beras PT. Pertani (Persero), maka peneliti mengajukan pertanyaan lain yaitu, Apa harapan ibu terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) kedepannya? Seperti jawaban salah satu informan mengatakan:

“Harapan saya semoga PT.Pertani (Persero) tetap mempertahankan kualitas yang ada” (Hasil wawancara Devi, 25 Februari 2022)

”Harapan saya semoga kualitas berasnya tetap dipertahankan dan memproduksi ukuran yang lebih kecil lagi jadi mudah untuk dibawa bepergian” (Hasil wawancara reski, 02 Maret 2022)

Kualitas produk beras yang diproduksi oleh PT. Pertani (Persero) Kota Makassar merupakan kualitas yang diinginkan oleh para konsumen yaitu: dari segi kualitas kinerja, produk beras yang dihasilkan bersih, putih, utuh dan *higenis*. Dari segi kehandalan (*reliability*) kualitas beras yang dihasilkan sangat memuaskan karena ketika dimasak menjadi nasi yang lembut dan enak di konsumsi. Dari segi ketahanan (*durability*) produk beras PT.Pertani (Persero) Kota Makassar dapat bertahan selama 6bulan tidak rusak dan tidak berketu beras.

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan mengenai Tingkat Kepentingan yaitu, Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

Dari 10 jawaban informan salah satu jawaban dari informan mengatakan:

“Menurut saya dengan harga seperti itu sesuai dengan kualitas beras yang sangat bersih” (Hasil wawancara Anggriani, 23 Februari 2022)

“Kualitas berasnya bersih dan higienis jadi tidak perlu di saring lagi karena sudah bersih dari kutu-kutu beras” (Hasil wawancara Lince, 23 Februari 2022)

“Kualitas produk yang diproduksi sesuai dengan harapan saya” (Hasil wawancara Reski, 02 Maret 2022)

Selanjutnya lagi peneliti mengajukan pertanyaan yaitu, Sudah berapa lama ibu mengkonsumsi produk beras PT. Pertani (Persero)? Apakah ibu akan melakukan pembelian ulang? Seperti salah satu informan mengatakan:

“Sudah sekitar beberapa bulan dan tetap membeli karena saya suka beras dari PT. Pertani (Persero)” (Hasil Wawancara Devi, 25 Februari 2022)

“Saya sudah hampir 1 tahun berlangganan dan saya akan kembali membeli ketika produk yang mereka tawarkan berkualitas” (Hasil wawancara Siti, 25 Februari 2022)

Keluhan merupakan penyampaian ketidakpuasan terhadap produk atau jasa yang diberikan. Penanganan keluhan dari PT. Pertani (Persero) Kota Makassar sangat sigap di tangani oleh staff, karena keluhan tersebut menjadikan perusahaan bisa menjadi lebih berkembang dan bisa menjadi menurun.

Adapun hasil penelitian ini yang diperoleh melalui wawancara sebagai berikut, peneliti mengajukan pertanyaan, Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu, apakah cepat di tanggapi dari pihak staff PT. Pertani (Persero)? Dari hasil wawancara sebanyak 10 orang informan tentang tingkat kinerja salah satu nforman memberikan jawaban yaitu:

“PT. Pertani (Persero) cukup cepat dalam hal melayani pelanggan yang komplain soal kemasan beras yang robek” (Hasil wawancara Siti,25 Februari 2022)

“Kalau masalah keluhan sih kurang tau bagaimana karena sampai saat ini saya belum pernah merasakan keluhan untuk produk-produk beras dari PT. Pertani (Persero)” (Hasil wawancara Hasna, 04 Maret 2022)

“Iye cepat ditanggapi karena kemarin saya mengeluh tentang kemasan berasnya ada yang robek, jadi sekarang mereka sebelum memberi beras yang ingin dibeli, dia perhatikan dulu baik-baik” (Hasil wawancara Marni , 07 Maret 2022)

Kepuasan konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen atas produk setelah mereka menggunakannya. Kepuasan konsumen terhadap produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar sesuai dengan yang

diharapkan yaitu kualitas beras yang diperoleh sangat bagus sesuai yang diinginkan dan harga yang ditetapkan terjangkau.

Selanjutnya adapun hasil penelitian ini yang diperoleh melalui wawancara sebagai berikut. Dari hasil wawancara 10 orang informan tentang kepuasan konsumen, peneliti mengajukan pertanyaan. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk? Seperti jawaban salah satu informan mengatakan:

“Menurut saya harga jual untuk beras dengan harga seperti itu sesuai dengan kualitas berasnya yang sangat bagus dan tidak kalah dengan harga beras yang mempunyai kualitas tinggi” (Hasil wawancara Anggriani, 23 Februari 2022)

“Harga yang diberikan oleh PT.Pertani (Persero) sama dengan kualitas produk” (Hasil wawancara Siti, 25 Februari 2022)

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan, Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan? Seperti salah satu informan mengatakan:

“Iyah ukuran yang disediakan PT. Pertani (Persero) sesuai dengan yang saya butuhkan” (Hasil wawancara Marni, 07 Maret 2022)

“Untuk ukuran yang tersedia sesuai lah dengan kebutuhan” (Hasil wawancara Hellery, 07 Maret 2022)

## 4.2 Pembahasan

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk yang akan diperoleh dengan kenyataan. Oleh sebab itu kepuasan memang subjektif. Penilaian tergantung dengan pelanggan itu sendiri.

Kualitas produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar sangat memuaskan pelanggan karena kualitas yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen yaitu kualitas dari segi produk, beras yang dihasilkan bersih, putih, utuh dan *higenis*. Dan dari segi kinerja, beras yang dihasilkan rasanya enak dan lembut dimakan. Dari segi daya tahan, produk beras dari PT. Pertani (Persero) dapat bertahan selama 6 bulan. Dan kemampuan melayani sangat baik dan sigap.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada konsumen produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar sebanyak 10 orang. Pertanyaan yang diberikan berasal dari 4 indikator yang masing-masing dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan, indikator diantaranya ada tanggapan pelanggan, tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan kepuasan konsumen.

Indikator Tanggapan pelanggan, dan didapatkan hasil bahwa dari 10 informan menyukai pelayanan yang diberikan oleh staff PT. Pertani (Persero) karena selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah kepada konsumen sehingga hal tersebut membuat konsumen produk beras PT. Pertani (Persero) berharap semoga tidak hanya pelayanan yang memuaskan tetapi juga tetap mempertahankan mutu kualitas produk beras yaitu kualitas beras yang bersih, utuh, putih dan *higenis*. Hal tersebut sejalan dengan teori Tjiptono (1996) yang mengatakan bahwa harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba dan

membeli satu produk yang dijadikan standar atau acuan menilai kinerja produk tersebut.

Pada indikator Tingkat Kepentingan, penulis mendapatkan hasil dari 10 informan mengatakan bahwa kualitas produk beras PT. Pertani (Persero) sangat baik, enak dikonsumsi dan bersih dari kutu beras sehingga hal tersebut membuat pelanggan tetap setia membeli. Hal tersebut sejalan dengan teori Tjiptono (2000) yang mengatakan bahwa produk yang berkualitas tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Pada indikator Tingkat Kinerja, didapatkan hasil bahwa dari 10 informan yang peneliti wawancara mengatakan bahwa penanganan keluhan dari PT. Pertani (Persero) cepat di tanggap, dan sangat membantu pelanggan sehingga hal tersebut memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ferdinand (2000) yang mengemukakan bahwa kinerja merupakan faktor umum yang digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan untuk menghasilkan kinerja yang baik.

Indikator Kepuasan Konsumen, penulis mendapatkan hasil dari 10 informan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) sesuai dengan kualitas produk beras yang bersih dan higienis dan ukuran yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yaitu ukuran beras 20kg dan 10kg. Hal ini sejalan dengan teori Oliver (2007) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk jasa kita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian kepuasan konsumen produk beras PT. Pertani (Persero) Kota Makassar dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen dalam membeli sebuah produk disebabkan karena konsumen merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan dan harga yang ditetapkan.

Kepuasan konsumen akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Kepuasan juga berimbas pada loyalitas pelanggan terhadap sebuah produk dan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah: pelayanan, kualitas produk dan harga produk.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti akan memberikan saran kepada PT. Pertani (Persero) Kota Makassar, yang diharapkan nantinya menjadi bahan evaluasi dan masukkan kedepannya bagi perusahaan. Yaitu sebaiknya PT. Pertani (Persero) Kota Makassar mempertahankan kualitas produknya jangan sampai kinerja atau kepuasan konsumen menurun, karena akan menyebabkan konsumen merasa kurang atau tidak puas sehingga dapat menurunkan omzet penjualan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Burhanudin. 2006. *Menanti Kemakmuran Negeri*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Amir, Fachruzi. 2012. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Jurusan Manajemen, FE-UNHAS
- Aritonang R,R Lerbin. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Astawan M. 2004. *Sehat Bersama Aneka Sehat Pangan Alami*. Tiga Serangkai. Solo.
- Ferdinand. 2000. *Manajemen Pemasaran. Sebuah Pendekatan Strategik*, Research Paper Series, BP UNDIP.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kolter, Philip dan A.B.Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Manajement Eleven Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Manajement 14<sup>th</sup>*. Person Education
- Kotler, Philip dan Keller. 2016. *Marketing Manajement 15<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Lupriyadi. 2001 *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori & Praktek*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Lupriyadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Pnenelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Monroe ,Allard C.R Van Riel et al. 2005. *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialy Chemical*. Industrial Marketing Manajement.

- Oliver. 2007. Strategi Public Relations. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT.Rineka Cipta
- Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sutojo, Siswanto. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sediaoetama. 1999. Ilmu gizi untuk mahasiswa dan profesi di Indonesia. Jakarta: PT Dian Rakyat
- Tjiptono, Fandy. 1996. Manajemen Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Strategi Pemasaran, edisi 2, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Candra. 2005. Service, Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset
- Wijayanti, Titik. 2012. Marketing plan dalam bisnis second edition. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Umar, Husein. 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama



L  
A  
M  
P  
P  
I  
R  
A  
N



UNIVERSITAS FAJAR

## Lampiran 1

### 1. BIODATA

Nama : Arnitayanti Binti Herman  
Tempat, Tanggal Lahir : Telupid, 17 July 2000  
Alamat : Jln. Racing Center  
No. Hp : 085256588524  
Alamat Email : [arnitayanti1999@gmail.com](mailto:arnitayanti1999@gmail.com)



### 2. RIWAYAT PENDIDIKAN

- a. Humana House 46 Sabah-Malaysia
- b. SMP T SIKK (Sekolah Indonesia Kota-Kinabalu)
- c. SMA N 7 Enrekang



UNIVERSITAS FAJAR

## Lampiran 2

### Informan 1

#### HASIL WAWANCARA

Nama : Inji

Usia : 25

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Staff Pelindo

Waktu wawancara : 23 Februari 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Pelayanan yang diberikan baik, staff yang melayani cukup ramah dalam menyampaikan produk yang ingin di beli.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya tetap mempertahankan kualitas yang telah ada agar cita rasa dari beras tersebut agar tetap terjaga.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitas produk beras PT.Pertani (Persero) itu sangat baik, berasnya pulen dan enak di konsumsi.*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu/bapak akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Saya mengonsumsi sudah sekitar 5 tahunan, dan sudah pasti saya menjadi pelanggan tetap yang akan selalu membeli produk beras dari PT.Pertani (Persero).*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Yah staff dari PT.Pertani (Persero) jika ada keluhan pasti cepat di respon.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Harga beras yang ditetapkan itu cukup terjangkau dan murah dengan kualitas produk beras yang baik.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Kemasan yang diberikan menarik dan ukurannya sesuai standar dengan yang diinginkan oleh para ibu-ibu rumah tangga yaitu dengan ukuran 20kg dan 5kg.*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 2

### HASIL WAWANCARA

Nama : Anggriani  
Usia : 43  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Pegawai Swasta  
Waktu wawancara : 23 Februari 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Sangat baik sekali, mereka melayani dengan sangat ramah.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Semoga tetap mempertahankan kualitas beras pertaninya yaitu beras yang bersih dan putih.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Menurut saya dengan harga seperti itu sesuai dengan kualitas beras yang sangat bersih.*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu/bapak akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Kurang lebih sudah hampir 2 tahun, jadi dengan waktu yang sudah cukup lama tentunya saya akan tetap berlangganan beras disini terus.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Mereka sangat menerima masukan keluhan konsumen apalagi jika konsumen tersebut merupakan pelanggan tetap, pasti langsung di tangani dengan cepat dan baik.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Menurut saya harga jual untuk beras dengan harga seperti itu sesuai dengan kualitas berasnya yang sangat bagus dan tidak kalah dengan harga beras yang mempunyai kualitas tinggi.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Kemasan yang disediakan dari ukuran 20kg dan 10kg menurut sesuai dengan kebutuhan.*



UNIVERSITAS FAJAR

### Informan 3

#### HASIL WAWANCARA

Nama : Lince  
Usia : 46  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Waktu wawancara : 23 Februari 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Menurut saya pelayanannya sangat baik, tidak ada keluhan sampai saat ini.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Tetap menjaga kualitas beras yang bersih, higienis dan mutu tinggi.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitas berasnya bersih dan higienis jadi tidak perlu di saring lagi karena sudah bersih dari kutu-kutu beras.*

4. Sudah berapa lama ibu/bapak mengkonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Sudah 2 tahun, dan tetap membeli beras PT. Pertani (Persero) karena tidak pernah mengecewakan.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggapi dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Sampai saat ini belum ada keluhan sih untuk PT.Pertani (Persero)*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Saya sudah 2 tahun mengkonsumsi beras dari PT.Pertani ini dan mengenai harga dan kualitas sudah sesuai karena sepengetahuan saya kementerian*

*melakukan kerja sama dengan PT. Pertani (Persero) untuk menyikapi harga gabah.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Produk yang sangat unggul, untuk kemasan cukup menarik dan ukurannya sesuai dengan kebutuhan yaitu mulai dari ukuran 20kg dan 10kg.*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 4

### HASIL WAWANCARA

Nama : Devi  
Usia : 23  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Pegawai Swasta  
Waktu wawancara : 25 Februari 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Sangat baik dan karyawannya sangat ramah kepada customer*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya semoga PT.Pertani (Persero) tetap mempertahankan kualitas yang ada yaitu kualitas beras yang bersih, utuh dan putih.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitas beras yang diproduksi oleh PT.Pertani (Persero) baik dan layak untuk dikonsumsi dalam jangka panjang.*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Sudah sekitar beberapa bulan dan tetap membeli karena saya suka beras dari PT.Pertani (Persero) enak dimakan dan lembut.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Sangat cepat dan staff dari PT.Pertani (Persero) sangat membantu jika ada keluhan dari customer misalkan keluhan tentang kemasan yang robek.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

7.

**Jawaban**

*Harganya terjangkau dan sesuai dengan kualitas beras yang bersih dan utuh.*

8. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Cukup baik dan banyak pilihan ukuran mulai dari ukuran 20kg, 10kg dan 5kg*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 5

### HASIL WAWANCARA

Nama : Siti  
Usia : 30  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Waktu wawancara : 25 Februari 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Pelayanan yang diberikan oleh PT.Pertani (Persero) ketika saya membeli beras beras cukup baik karena mereka selalu memberikan pelayanan terbaiknya kepada setiap pelanggan yang membeli beras.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya untuk PT.Pertani (Persero) semoga tetap mempertahankan kualitas beras yang bersih, utuh dan higienis dan tetap memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Tingkat kualitas produk menurut saya baik, karena produk beras dari PT.Pertani (Persero) Kota Makassar bersih dan tidak berketu.*

4. Sudah berapa lama ibu mengkonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu/bapak akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Saya sudah hampir 1 tahun berlangganan dan saya akan kembali membeli ketika produk yang mereka tawarkan berkualitas*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggapi dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*PT.Pertani (Persero) cukup cepat dalam hal melayani pelanggan yang complain.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Harga yang diberikan oleh PT.Pertani (Persero) sama dengan kualitas produk.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Kemasan produk PT.Pertani sama dengan yang saya inginkan yaitu ukuran 20kg.*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 6

### HASIL WAWANCARA

Nama : Reski  
Usia : 27  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Waktu wawancara : 02 Maret 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Pelayanan yang mereka berikan menurut saya biasa saja.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya semoga kualitas berasnya tetap dipertahankan dan memproduksi ukuran yang lebih kecil yaitu ukuran 1kg jadi mudah untuk dibawa bepergian.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitas produk yang diproduksi sesuai dengan harapan saya yaitu beras yang bersih dan lembut ketika dimakan.*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu/bapak akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Sudah sekitar 2tahun, iyah tetap membeli karena saya puas dengan kualitasnya.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Untuk masalah keluhan sampai saat ini saya belum pernah merasakan adanya keluhan yah.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Iyah sesuai dan terjangkau.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Iyah sesuai tapi semoga adalagi yang ukuran 1kg biar bisa dibawa ketika bepergian*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 7

### HASIL WAWANCARA

Nama : Hasna  
Usia : 33  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Waktu wawancara : 04 Maret 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Pelayanan yang diberikan kepada saya sangat memuaskan*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya semoga produk beras PT.Pertani (Persero) agar mempertahankan lagi kualitasnya.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitasnya sangat memuaskan, berasnya bersih, utuh dan lembut ketika dimakan.*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Sudah 3 tahun, dan selalu beli beras disini PT.Pertani (Persero)*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggapi dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kalau masalah keluhan sih kurang tau bagaimana karena sampai saat ini saya belum pernah merasakan keluhan untuk produk-produk beras dari PT.Pertani (Persero)*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Harga dan kualitas produk sesuai.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu inginkan?

**Jawaban**

*Kalo saya maunya yang lebih besar lagi misal ukuran 50kg supaya tidak repot beli-beli terus*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 8

### HASIL WAWANCARA

Nama : Intan  
Usia : 25  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Waktu wawancara : 07 Maret 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Pelayanannya cukup baik, staff nya ramah dan membuat kita nyaman saat datang membeli.*

2. Apa harapan ibu/bapak terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya kiranya produk beras PT.Pertani dapat mempertahankan kualitas beras yang bersih dan tidak berketu.*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Menurut saya dengan harga yang terjangkau kualitas produk beras PT.Pertani sudah cukup bagus.*

4. Sudah berapa lama ibu/bapak mengkonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu/bapak akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Kurang lebih 2 tahun, iyah beli lagi kalau sudah habis*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu/bapak (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Masih kurang tanggap menurut saya.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Menurut saya sesuai dengan kualitas yang lumayan bagus*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu/bapak inginkan?

**Jawaban**

*Menurut saya sesuai, karena menyesuaikan kisaran dengan harga beras pada umumnya*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 9

### HASIL WAWANCARA

Nama : Hellery

Usia : 23

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu wawancara : 07 Maret 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Melayani pembeli dengan baik dan ramah.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Kualitas berasnya dipertahankan*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Baik dan memuaskan*

4. Sudah berapa lama ibu mengkonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu akan melakukan pembelian ulang produk beras PT.Pertani?

**Jawaban**

*Sudah lama sekitar 3 tahun dan saya akan mengkonsumsinya selagi kualitasnya tidak berubah.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Iyah cepat dan merespon dengan baik.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

**Jawaban**

*Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu/bapak inginkan?

**Jawaban**

*Untuk ukuran yang tersedia sesuai lah dengan kebutuhan.*



UNIVERSITAS FAJAR

## Informan 10

### HASIL WAWANCARA

Nama : Marni  
Usia : 35  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Waktu wawancara : 07 Maret 2022

1. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Pertani (Persero) saat ibu membeli produk beras?

**Jawaban**

*Biasa saja seperti pelayanan pada umumnya ketika membeli barang di toko-toko.*

2. Apa harapan ibu terhadap produk beras PT.Pertani (Persero) kedepannya?

**Jawaban**

*Harapan saya semoga kualitasnya tetap baik, bersih dan memuaskan*

3. Bagaimana dengan kualitas produk beras PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Kualitasnya bagus dan lembut ketika sudah dimasak*

4. Sudah berapa lama ibu mengonsumsi produk beras PT.Pertani (Persero) apakah ibu akan melakukan pembelian ulang?

**Jawaban**

*Baru sekitar 7 bulan, iya tetap beli karena enak dimakan.*

5. Bagaimana penanganan keluhan (complain) dari ibu (konsumen), apakah cepat di tanggap dari pihak staff PT.Pertani (Persero)?

**Jawaban**

*Iye cepat ditanggapi karena kemarin saya mengeluh tentang kemasan berasnya ada yang robek, jadi sekarang mereka sebelum memberikan beras yang ingin dibeli, dia perhatikan dulu baik-baik.*

6. Bagaimana dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Pertani (Persero) apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk?

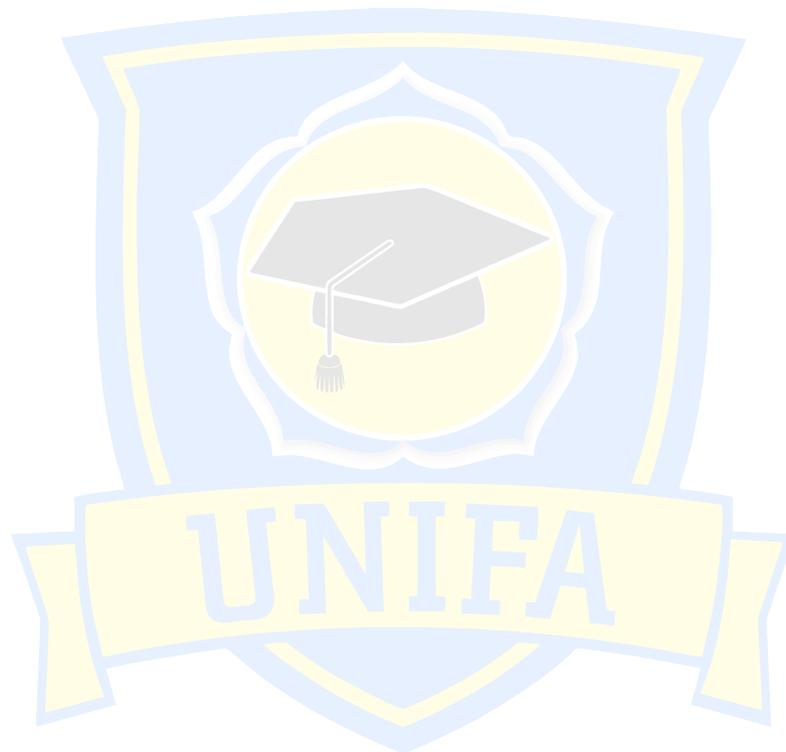
**Jawaban**

*Iyah terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya.*

7. Bagaimana dengan kemasan (ukuran) produk beras PT. Pertani (Persero) apakah sesuai dengan yang ibu/bapak inginkan?

**Jawaban**

*Iyah ukuran yang disediakan PT.Pertani (Persero) sesuai dengan yang saya butuhkan.*



UNIVERSITAS FAJAR

### Lampiran 3

### Dokumentasi Wawancara



