

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis persepsi konsumen produk roti manis Safari Bakery di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen roti manis Safari Bakery sebagai berikut: Bahwa konsumen yang melakukan pembelian terhadap roti manis Safari Bakery paling banyak berada pada rentang usia 26 – 35 tahun sebanyak 41% yaitu orang dewasa lanjut yang mana memiliki sifat yang tidak labil seperti kalangan remaja dan mampu menilai kualitas produk. Sebagian besar konsumen yang membeli roti manis Safari Bakery adalah perempuan yaitu 73%, sedangkan laki-laki hanya 27%. kecenderungan perempuan lebih dominan dalam melakukan kegiatan belanja dibandingkan laki-laki. Latar belakang pendidikan terakhir konsumen roti manis Safari Bakery didominasi oleh tingkat sarjana yaitu sebesar 45,5%. Konsumen roti manis Safari Bakery didominasi oleh pegawai swasta yaitu sebanyak 38%. Pendapatan rata-rata konsumen Safari Bakery yaitu sebesar Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000 per bulandengan persentase tertinggi sebesar 47%. Konsumen roti manis Safari Bakery didominasi oleh konsumen yang jarak tempat tinggalnya sejauh 5,1km – 10km dengan Safari Bakery dengan persentase sebesar 36,3%. Frekuensi pembelian konsumen untuk roti manis Safari dalam sebulan paling banyak yaitu pada frekuensi 2 -3 kali dengan persentase sebesar 54%. Tujuan konsumen membeli roti manis Safari Bakery yaitu sebagai untuk sarapan pagi dengan jumlah persentase sebesar 62,1%, konsumen safari bakery membeli roti manis adalah untuk memenuhi kebutuhan pokok sebagai pengganti nasi saat sarapan pagi. Motivasi atau alasan konsumen dalam melakukan pembelian roti manis Safari Bakery yaitu didasarkan atas cita rasa dan kelezatan roti yaitu 23 orang dari 66 orang dengan persentase 34,8%.
2. Dari hasil IPA rata-rata tingkat kepentingan (harapan) konsumen terhadap produk roti manis Safari Bakery di Kota Padang adalah 4,21 sedangkan untuk rata-rata tingkat kinerjanya adalah 3,78. Tingkat kepentingan konsumen tinggi terhadap kinerja terletak yaitu pada Kuadran II (cita rasa atau kelezatan roti,

daya tahan roti, tingkat kematangan, harga jual roti, roti yang selalu baru, kebersihan roti, keramahan dan kesopanan karyawan, dan kecepatan pelayanan. Atribut yang dianggap konsumen memiliki kinerja berlebihan terlihat pada Kuadran IV yaitu reputasi merek. Sedangkan tingkat kepentingan konsumen tinggi tetapi kinerja yang diberikan perusahaan masih rendah yaitu tekstur roti dan ukuran roti karena terletak pada Kuadran I. Dan atribut yang memiliki tingkat kepentingan rendah dan kinerjanya juga biasa saja terletak pada kuadran III yaitu (kemasan roti, aroma roti, dan warna roti).

B. Saran

1. Setelah penelitian dilakukan maka perusahaan Safari bakery harus melakukan perbaikan kualitas pada atribut atau sub indikator yang tingkat kepentingannya tinggi bagi konsumen namun tingkat kinerja yang diberikan oleh pihak perusahaan dinilai masih rendah oleh konsumen yaitu tekstur roti dan ukuran roti. Safari harus dapat mempertahankan kinerja dari atribut atau sub indikator yang nilainya sudah baik bagi konsumen dan kinerja yang diberikan juga sudah baik dijalankan oleh perusahaan. Pada atribut yang kinerjanya dianggap berlebihan menurut konsumen, sebaiknya sumber daya yang digunakan pada atribut tersebut dialihkan kepada atribut yang kinerjanya masih rendah sehingga pemakaian sumber daya perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien.
2. Saran penulis untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi konsumen khususnya terhadap produk roti sebaiknya membuat variabel penelitian dari literatur dan disesuaikan dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Untuk melakukan penelitian persepsi konsumen terlebih dahulu dibutuhkan observasi peneliti terhadap objek yang akan diteliti agar hasil penelitian lebih akurat dan sesuai dengan kenyataan di lapangan.