

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi dari lima atribut utama produk didapatkan bahwa hanya tiga atribut utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk keripik singkong yaitu keadaan produk, ciri fisik, dan rancangan kemasan. Sedangkan dua atribut utama yaitu merek dan iklan tidak menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk keripik singkong. Adapun atribut keadaan produk dilihat dari rasa dan tekstur keripik. Pada atribut ciri fisik dilihat dari warna keripik dan bentuk keripik, serta pada atribut rancangan kemasan dilihat dari ukuran kemasan.
2. Urutan atribut-atribut keripik singkong yang harus diprioritaskan untuk dipertahankan oleh usaha Keripik Balado Salsabila yaitu rasa keripik, tekstur keripik, warna keripik, ukuran kemasan, dan bentuk keripik. Kombinasi atribut yang disukai oleh konsumen keripik singkong yaitu rasa balado, tekstur renyah, warna pekat, bentuk bulat serta ukuran kemasan besar (500g).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut, maka peneliti memberikan beberapa saran, adapun saran yang dapat peneliti berikan setelah melakukan penelitian sebagai berikut :

1. Pemilik usaha Keripik Balado Salsabila diharapkan dapat mempertahankan dan memprioritaskan atribut yang telah didapatkan dalam penelitian ini seperti atribut rasa keripik, tekstur keripik, warna keripik, ukuran kemasan, dan bentuk keripik agar dapat meningkatkan pangsa pasar dengan melihat produk yang dipilih oleh konsumen.

2. Produsen juga perlu memperbaiki dan mempertimbangkan terkait atribut produk yang tidak menjadi keinginan konsumen dalam pembelian produk keripik singkong seperti keripik rasa durian, keripik yang kering, keripik berwarna tidak pekat, ukuran kemasan 250g, serta bentuk keripik yang memanjang. Hal tersebut agar produsen bisa memenuhi keinginan konsumen ketika hendak membeli produk keripik singkong.
3. Untuk peneliti selanjutnya, perlu dilakukan penelitian lanjut terkait pengaruh karakteristik dan atribut produk terhadap pendapatan penjualan Keripik Balado Salsabila.

