

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

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

1. Karakteristik konsumen Bananator berdasarkan aspek demografi yaitu konsumen yang mendominasi berjenis kelamin perempuan dalam rentang usia 17-25 tahun, Sebagian besar konsumen memiliki pendidikan terakhir SMA dan Sarjana, dan bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa dengan pendapatan kurang dari Rp 2.000.000. Berdasarkan aspek konsumen yang tampak dan tidak tampak, konsumen Bananator menunjukkan karakteristik yang cenderung berbeda tergantung latar belakang, motivasi, persepsi dan tujuan masing-masing konsumen. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Bananator sebagian besar dipengaruhi oleh rekomendasi dari teman dalam memilih produk Bananator.
2. Kepuasan konsumen yang diberikan oleh Bananator telah diukur menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut konsumen, kinerja Bananator dianggap sangat memuaskan dalam beberapa atribut, yaitu varian produk, cita rasa produk, bentuk produk, tekstur produk, kemasan produk, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk, lokasi penjualan strategis, kemudahan akses transportasi, pelayanan di outlet penjualan. Sedangkan atribut yang dianggap kinerja berlebihan karena tingkat kerjanya sangat baik sedangkan kepentingannya menurut konsumen rendah adalah promosi di media sosial dan pemberian voucher untuk setiap pembelian. Sedangkan atribut lainnya seperti daya tahan produk, perbandingan harga dengan produk pesaing, dan promosi menggunakan poster, dianggap kurang penting oleh konsumen serta memiliki kinerja yang biasa-biasa saja. Sedangkan untuk kinerja yang penting namun belum dilaksanakan dengan baik dan perlu pengembangan atribut untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu ketersediaan produk, keterjangkauan harga, dan ketersediaan tempat parkir. Untuk hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut Bananator dengan menggunakan metode CSI berada pada kriteria sangat puas.

Nilai CSI yang didapatkan adalah sebesar 81,31 % atau 0,813. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat ditingkatkan melalui perbaikan kinerja atribut berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA).

## B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan peneliti, peneliti menyarankan agar pihak Bananator melakukan perbaikan peningkatan pada atribut-atribut yang terdapat di kuadran I (ketersediaan produk, keterjangkauan harga, dan ketersediaan tempat parkir) yang mana tingkat kinerja yang masih rendah sedangkan tingkat kepentingan yang dibutuhkan oleh konsumen tinggi yaitu ketersediaan produk, keterjangkauan harga dan ketersediaan tempat parkir. Saran yang dapat diberikan kepada Bananator untuk meningkatkan kinerja pada atribut ketersediaan produk yaitu perusahaan penting untuk memastikan ketersediaan produk yang diinginkan. Dengan mengelola stok dengan baik, perusahaan dapat mengurangi risiko kehabisan stok sehingga dapat meningkatkan pelayanan Bananator. Manajemen stok yang baik yaitu dengan perencanaan yang hati-hati, pemantauan daftar atau catatan stok secara teratur, dan pengadaan bahan baku tepat waktu. Saran untuk meningkatkan kinerja keterjangkauan harga, perusahaan dapat menyediakan produk dalam berbagai ukuran, sehingga memberikan opsi harga kepada konsumen. Selain itu saran yang dapat diberikan yaitu menambah *franchise* di kota lain yang berpenghasilan besar, seperti Kota Batam dan Jakarta. Sedangkan untuk meningkatkan kinerja pada atribut memiliki tempat parkir yang memadai yaitu perusahaan dapat mempertimbangkan penawaran alternatif pembelian kepada konsumen, seperti pemesanan *online*. Dengan cara ini, konsumen masih dapat memperoleh produk tanpa harus khawatir tentang masalah parkir. Selain itu, perusahaan juga dapat meninjau kembali desain dan pengaturan tempat parkir

Bananator juga perlu mempertahankan atribut-atribut yang sudah dianggap cukup memuaskan konsumen sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen tersebut. Untuk atribut yang dianggap berlebihan, sebaiknya pihak Bananator dapat memanfaatkan sumber daya yang ada pada atribut yang berlebihan tersebut dan dialihkan ke atribut yang tingkat kinerjanya

kurang dan yang tingkat kepentingan yang tinggi untuk konsumen sehingga penggunaan sumber daya menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan melakukan perbaikan dan pengalokasian sumber daya yang tepat, diharapkan Bananator dapat terus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitasnya.

