

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Karakteristik demografi konsumen ubi bakar cilembu yaitu sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berada pada rentang usia antara 19-24 tahun dan 25-35 tahun, Dengan jumlah anggota keluarga rata-rata 4-5 orang, pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), pekerjaan mahasiswa/ pelajar, pegawai swasta dan ibu rumah tangga, sebagian besar berpenghasilan Rp. 500.000-Rp.1.000.000 perbulan dengan jumlah pembelian rata-rata kurang dari 1kg. Berdasarkan aspek konsumsi, pelanggan ubi bakar cilembu menunjukkan karakteristik yang berbeda antar konsumen tergantung latar belakang, pengetahuan dan alasan yang mendorong melakukan pembelian.
2. Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap atribut yang diteliti, menunjukkan nilai sebesar 78,82 % atau 0,7882 berada pada rentang nilai 0.61-0,80 artinya secara umum konsumen ubi bakar cilembu dapat dikatakan puas terhadap ubi bakar cilembu. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah atribut cita rasa produk, tekstur produk, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk. Adapun atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah kemasan produk, daya tahan produk, keterjangkauan harga, lokasi penjualan dan kebersihan dan kenyamanan tempat, kemudian atribut yang memiliki prioritas rendah yaitu harga dibandingkan dengan harga produk pesaing, kemudahan akses transportasi, promosi melalui platform digital, promosi melalui event atau bazar dan atribut yang menurut konsumen memiliki tingkat kepentingan rendah dan kinerja perusahaan cenderung tinggi adalah atribut penyajian produk, ketersediaan produk dan promosi di media sosial.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk agroindustri ubi bakar cilembu adalah sebagai berikut :

1. Ubi bakar cilembu diharapkan dapat mempertahankan kinerjanya pada atribut yang dinilai memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerja yang tinggi yaitu cita rasa, tekstur produk, kesesuaian harga dengan produk dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.
2. Pemilik ubi bakar cilembu diharapkan dapat meningkatkan kinerja atribut pada kuadran I yaitu yang pertama, kemasan produk seperti kemasan yang lebih bagus, contohnya kertas kraft atau box karton bukan hanya kertas koran dan plastik, membuat label usaha pada kemasan, yang kedua, daya tahan produk seperti menyediakan petunjuk penyimpanan dan pemanasan ulang pada kemasan agar konsumen dapat menikmatinya dalam kondisi baik. Ketiga, keterjangkauan harga seperti tawarkan variasi porsi atau paket hemat agar harga lebih terjangkau. Keempat, lokasi penjualan seperti perbesar papan nama usaha agar lebih mudah ditemukan konsumen. Kelima, kebersihan dan kenyamanan tempat seperti menata ulang area penjualan agar lebih rapi dan nyaman. Dimana atribut diatas dinilai konsumen memiliki kepentingan yang tinggi, tetapi kinerjanya pada atribut masih kurang maka dari itu perlu untuk diperbaiki.

