

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik konsumen Rendang Lokana secara demografis sebagian besar adalah perempuan dengan rentang usia di atas 30 tahun, memiliki jumlah anggota keluarga rata-rata 4–5 orang, berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), serta memiliki penghasilan kurang dari Rp2.000.000. Dari aspek konsumen, konsumen Rendang Lokana membeli rata-rata 2 pcs, mayoritas konsumen mengetahui manfaat produk Rendang Lokana dan telah mengonsumsi produk tersebut selama 2–4 bulan. Keputusan pembelian sebagian besar dipengaruhi oleh inisiatif sendiri, dengan pertimbangan utama lokasi usaha yang strategis. Selain itu, sumber informasi mengenai keberadaan Rendang Lokana paling banyak diperoleh melalui teman atau keluarga.
2. Atribut atribut Rendang Lokana yang masuk kedalam kuadran I adalah ukuran produk, pelayanan, harga produk terjangkau. Untuk atribut yang masuk kedalam kuadran II yaitu cita rasa enak, cita rasa khas, tekstur produk, kemasan produk rapi dan menarik, informasi produk tersedia, harga produk sesuai ukuran, lokasi penjualan produk mudah dijangkau, tempat penjualan bersih dan nyaman, parkir memadai, promosi di media sosial membantu produk, plang nama efektif mempromosikan produk. Sedangkan untuk atribut yang masuk kedalam III adalah harga produk sesuai ukuran diterima, produk selalu tersedia, promosi melalui aplikasi membantu produk, event atau bazar membantu promosi produk. Sedangkan kuadran IV produk menyediakan pembayaran beragam, harga produk sebanding dengan harga produk lain, Lokasi produk diakses transportasi umum. Tingkat kepuasan konsumen yang diberikan Rendang Lokana secara keseluruhan sudah puas. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan pelanggan, yaitu menggunakan metode CSI (*customer satiffaction indeks*) terhadap atribut yang diteliti. Menunjukkan nilai sebesar 79,5%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap UMKM Rendang Lokana di Kabupaten Pesisir Selatan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak UMKM dalam meningkatkan kepuasannya serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

1. Peningkatan atribut yang masih kurang memuaskan, Berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), terdapat beberapa atribut yang berada pada kuadran I, yang berarti sangat penting bagi konsumen namun kinerjanya masih rendah. Oleh karena itu, UMKM Rendang Lokana disarankan untuk memfokuskan perbaikan pada atribut-atribut tersebut, seperti ukuran produk, kualitas pelayanan, dan keterjangkauan harga.
2. Menjaga dan mempertahankan kinerja pada atribut yang sudah baik atribut yang berada di kuadran II, yaitu yang penting dan sudah berkinerja baik (cita rasa enak, cita rasa khas, tekstur produk, kemasan produk rapi dan menarik, informasi tersedia, harga produk sesuai ukuran, lokasi penjualan produk mudah dijangkau, tempat penjualan produk bersih dan nyaman, parkir memadai, promosi dimedia sosial membantu mempromosikan produk, plang nama efektif mempromosikan produk), perlu terus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar loyalitas konsumen tetap terjaga.
3. Segmentasi pasar berdasarkan karakteristik konsumen, Berdasarkan analisis karakteristik konsumen, mayoritas konsumen berasal dari kelompok usia tertentu dan latar belakang pekerjaan tertentu. Maka dari itu, UMKM disarankan untuk melakukan segmentasi pasar dan menyusun strategi pemasaran yang disesuaikan dengan segmen tersebut agar lebih tepat sasaran.
4. Pengembangan produk dan inovasi, untuk meningkatkan kepuasan dan memperluas pangsa pasar, UMKM Rendang Lokana sebaiknya mengembangkan varian baru dari produk rendang lokana, seperti rasa tambahan atau ukuran kemasan yang berbeda, guna memenuhi selera dan kebutuhan konsumen yang beragam.