

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Studi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Susu Dari Padayo Goat Farm di Kota Padang, Sumatera Barat dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen susu kambing sebagian besar usia berkisar 46-65 tahun yang tergolong dewasa akhir yaitu 45%, mayoritas konsumen yang membeli susu kambing berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60%. Konsumen Padayo Goat Farm dominasi berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 50%, dari segi pekerjaan didominasi oleh bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 36,66% yang berpendapatan Rp. 2.500.000 - Rp. 3.500.000 sebanyak 35%.
2. Jumlah pembelian susu kambing di peternakan Padayo Goat Farm sebesar 45% melakukan pembelian 2-4 liter/bulan dan frekuensi pembelian susu 31% sebesar 2-4 kali/bulan. Alasan pembelian adalah untuk kesehatan sebesar 75% karena susu kambing memiliki manfaat untuk mengobati dan *recovery* dalam penyembuhan berbagai macam penyakit.
3. Berdasarkan analisis IPA terdapat 4 atribut yang dianggap penting oleh konsumen Padayo Goat Farm merupakan indikator yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan di kuadran I yaitu (varian produk yang ditawarkan), indikator yang harus dipertahankan di kuadran II yaitu (kualitas rasa susu kambing, kemasan, kandungan gizi dan manfaat kesehatan susu kambing, harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan, tempat yang nyaman dan aman untuk membeli produk,

kemudahan akses informasi, indikator variabel harga, tempat), indikator yang menjadi perbaikan rendah di kuadran III yaitu (ketersediaan harga promo/diskon, kemudahan dalam membeli produk, ketersediaan produk saat dibutuhkan, informasi produk yang jelas di media sosial), indikator yang menjadi berlebihan di Kuadran IV adalah (harga bisa bersaing dengan produk dari kompetitor).

4. Pada penelitian ini diperoleh CSI sebesar 88,36% dan jika didasarkan pada Indeks Kepuasan Konsumen maka nilai 88,36% berada pada rentang skala 81- 100 berada dikriteria sangat puas.

5.2 Saran

1. Padayo Goat Farm perlu memberikan inovasi varian produk susu kambing agar bisa dinikmati dari berbagai karakteristik konsumen.
2. Padayo Goat Farm perlu meningkatkan jumlah penjualan susu dan membuat suatu inovasi baru hasil olahan susu kambing yang membantu meningkatkan permintaan susu kambing.
3. Padayo Goat Farm harus menjaga atribut-atribut produk yang sudah dipertahankan dan memperbaiki atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan yang dianggap konsumen penting dan juga kinerjanya. Dari kualitas produk susu kambing di peternakan Padayo Goat Farm, konsumen sudah merasa puas dengan atribut bauran yang ada. Sebaiknya peternakan susu kambing ini bisa memberikan pelayanan yang lebih baik dan dapat meningkatkan kualitas baik dari produk, harga, tempat, dan promosi.
4. Padayo Goat Farm harus selalu meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen agar konsumen tetap loyal dan melakukan pembelian berulang

susu kambing di Padayo Goat Farm.

