

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis membuat kesimpulan bahwa konsumen di Pasar Raya Kota Padang memiliki persepsi yang baik dan tergolong pada kategori tinggi dalam mengevaluasi atribut cita rasa bumbu rendang, dengan rincian sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap setiap atribut cita rasa (aroma, warna, rasa, dan tekstur) pada bumbu rendang *homemade* maupun *sachet* secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Pada bumbu rendang *homemade*, konsumen memberikan penilaian tertinggi pada atribut warna dengan skor rata-rata 4,00 dan atribut yang memberikan penilaian terendah yaitu tekstur dengan skor 3,92. Sementara pada bumbu rendang *sachet*, konsumen memberikan penilaian rata-rata tertinggi pada atribut tekstur yakni dengan skor 3,93 dan atribut terendah yaitu rasa yakni dengan skor 3,72 dikarenakan kurangnya keaslian rasa rempah tradisional.
2. Atribut cita rasa yang memberikan kontribusi persepsi tertinggi yaitu pada bumbu rendang *homemade* menurut konsumen adalah atribut warna dengan skor rata-rata akumulatif sebesar 4,00. Sebaliknya, atribut cita rasa yang memberikan kontribusi persepsi tertinggi yaitu pada bumbu rendang *sachet* menurut konsumen adalah atribut tekstur dengan skor rata-rata akumulatif sebesar 3,93.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, beberapa saran yang dapat direkomendasikan oleh peneliti adalah untuk para pedagang bumbu rendang di Pasar Raya harus tetap mempertahankan cara membuat bumbu yang sekarang, seperti menggunakan rempah-rempah segar dan menjaga takaran aslinya. Hal ini sangat penting karena terbukti para konsumen sangat menyukai warna alami merah kekuningan dan rasa yang sesuai dengan lidah konsumen. Di sisi lain, pedagang disarankan untuk tetap menjaga dan memperhatikan kebersihan serta ke higienisan alat giling, wadah bumbu, serta tempat atau ruko penjualan.