

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri atas kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan serta saran terhadap peneliti selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang diperhatikan pada kemasan kopi merupakan hasil pengkategorian 34 kata kunci yang diperoleh pada *open coding* hasil wawancara dengan konsumen, sehingga diperoleh 9 variabel yang perlu diperhatikan pada pengembangan kemasan produk Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai terdiri atas kinerja (*performance*), fitur (*features*), estetika (*aesthetic*), kesesuaian (*conformance*), durasi(*durability*), kehandalan (*reliability*), kemudah layanan (*serviceability*), persepsi mutu (*perceived quality*) serta biaya (*cost*) yang meliputi harga jual.
2. Variabel pengemasan yang diperoleh memiliki hubungan yang timbal balik. Variabel kinerja (*performance*), fitur (*features*), estetika (*aesthetic*), kesesuaian (*conformance*), durasi(*durability*), kehandalan (*reliability*), kemudahan layanan (*serviceability*), secara keseluruhan saling mempengaruhi satu dan yang lainnya dan secara tidak langsung akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan termasuk harga jual produk, yang kemudian akan memberikan dampak pada persepsi konsumen yang akan mempengaruhi keputusan dalam pembelian produk kopi antara sesuai dan tidak sesuai dengan harapan.
3. Pengembangan desain kemasan produk Kopi Bubuk Cap Gelas Tangkai telah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil evaluasi desain oleh responden, yang menunjukkan nilai kemasan hasil pengembangan lebih tinggi dibandingkan kemasan sebelumnya.

4. Alternatif pengembangan terpilih adalah desain alternatif 2 yang dibuatkan dalam bentuk *prototype* dengan bahan yang hampir sama dengan biaya yang logis dan dapat diterima dipasaran sesuai hasil survei pasar.

6.2 Saran

Saran yang diberikan pada peneliti yang akan mengembangkan penelitian ini adalah menemukan lebih banyak kata kunci harapan konsumen dengan menambahkan sampel serta mengeksplor variabel lain yang mungkin mempengaruhi harapan konsumen terhadap kemasan. Selain itu agar evaluasi pengembangan lebih akurat dapat dilakukan dengan metode tambahan kuantitatif.

