

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh :

1. Proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen adalah tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian, dan tahap perilaku pasca pembelian.
2. Preferensi konsumen terhadap atribut produk sambal kemasan Bu Rudy yang paling utama dipertimbangkan konsumen adalah atribut sensasi pedas yang memiliki nilai sikap konsumen tertinggi dilanjutkan dengan atribut kemasan, ragam variasi rasa, harga, label kualitas produk, ukuran.
3. Tingkat kepentingan dan kepuasan atribut produk sambal kemasan Bu Rudy pada tingkat prioritas utama adalah atribut kemasan dan atribut ragam variasi rasa. Tingkat pertahankan prestasi yaitu atribut sensasi pedas. Atribut dengan tingkat berlebihan yaitu atribut harga, label kualitas produk, dan ukuran.

### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat mempertahankan dan menggali lebih dalam kepuasan konsumen untuk terus meningkatkan kualitas pengalaman konsumen pada proses keputusan pembelian.
2. Produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat mempertahankan produk yang memiliki sensasi pedas pada mulut, menggunakan kemasan botol plastik,

dengan ragam variasi rasa sambal bawang, memiliki harga Rp 25.000, menyertakan label kualitas produk label halal dan memiliki ukuran 150gr.

3. Produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat segera memperbaiki atribut kemasan dengan cara memperbarui bentuk kemasan botol plastik yang saat ini digunakan dan atribut ragam variasi rasa dengan cara melakukan diversifikasi produk yang sesuai dengan preferensi rasa konsumen. Produsen sambal kemasan Bu Rudy dapat mempertahankan kualitas sensasi pedas yang sudah memuaskan konsumen. Selain itu, penting untuk mempertahankan atribut harga, label kualitas produk, dan ukuran yang walaupun dinilai tidak penting tetapi memiliki kepuasan memuaskan.