

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan tentang kepuasan konsumen dalam pembelian produk kurma Lawang Agung di Kota Surabaya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, ternyata masih terdapat kepentingan atau harapan pelanggan yang belum dapat terpenuhi oleh pihak Lawang Agung, hal tersebut dapat kita ketahui dari nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 60.7 % artinya sebagian besar konsumen merasa cukup puas dengan produk kurma yang diberikan oleh pihak perusahaan.
2. Atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan pada perhitungan tingkat kesesuaian dengan kepentingan pelanggan dapat dilihat dengan jelas dari diagram kartesius, dimana terdapat 6 atribut yang perlu secepatnya dilakukan perbaikan, yaitu harga jual produk yang terjangkau, kesesuaian harga produk dengan kualitas, rasa produk, aroma produk, tekstur produk, dan logo branding.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dirasa perlu adanya evaluasi pada penetapan harga bagi pihak Lawang Agung
2. Untuk mempertahankan kepuasan konsumen, pihak Lawang Agung perlu mempertahankan atribut kebersihan produk, keunggulan kemasan, serta mempertahankan sertifikat halal.

3. Untuk menghindari keluhan-keluhan baru sebaiknya pihak Lawang Agung menyesuaikan beberapa atribut misalnya desain kemasan, kelengkapan informasi kemasan, penataan barang, rasa, tekstur, aroma.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperhatikan kondisi lokasi sebelum penentuan variabel, dikarenakan tidak semua variabel dapat dipakai untuk produk yang sama dengan lokasi yang berbeda.