

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen produk ikan kaleng dari hasil penelitian yang telah dilakukan di kecamatan Rungkut kota Surabaya, pada umumnya adalah
 - Konsumen adalah Ibu-ibu usia dengan rentang usia 30-35 tahun
 - Status pernikahan konsumen adalah menikah (bersuami).
 - Sebagian besar konsumen keputusan pembelian produk ikan kaleng dipengaruhi oleh keluarga/saudara.
 - Rata-rata pekerjaan konsumen adalah seorang wirausaha.
 - Tingkat pendidikan terakhir konsumen rata-rata SMA/SMK/SMEA.
 - Tingkat pendapatan adalah mulai dari Rp 2 juta sampai dengan Rp 4 juta.
 - Merek ABC Sarden merupakan merek yang banyak di konsumen pilih
 - Motivasi/alasan konsumen dalam memilih produk ikan kaleng yang paling banyak karena Kepraktisan Produk ikan kaleng.
 - Sumber informasi paling banyak diperoleh konsumen dari media televisi
 - Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk ikan kaleng adalah cita rasa, kejelasan tanggal kadaluarsa
2. Atribut-atribut produk ikan kaleng secara keseluruhan sudah mendekati ideal menurut konsumen.
 - Atribut yang ideal menurut konsumen meliputi atribut harga, kejelasan tanggal kadaluarsa, kondisi kaleng merek, kandungan gizi, ukuran saji, pilihan rasa,serta izin Depkes dan MUI karena diperoleh hasil bahwa

rata-rata Kesenjangan atau gapnya tidak lebih dari 0,5 yang berarti bahwa atribut-atribut produk ikan kaleng sudah mendekati ideal.

- Atribut yang hasilnya belum ideal yaitu atribut desain kemasan dan komposisi karena terdapat kesenjangan atau gap lebih dari 1.
 - Nilai sikap konsumen terhadap atribut produk ikan kaleng adalah sebesar 20,88. Hasil ini dapat diartikan bahwa sikap konsumen terhadap produk ikan kaleng adalah baik.
 - Dari hasil analisis masing-masing atribut menurut sikap konsumen terhadap produk ikan kaleng yaitu nilai sikap sangat baik terhadap atribut ,harga, ukuran saji, pilihan rasa, kejelasan tanggal kadaluarsa. Nilai sikap baik yaitu atribut kondisi kaleng, kandungan gizi, dan izin depkes dan MUI. Nilai sikap Netral yaitu atribut merek dan desain kemasan. sedangkan nilai sikap sangat buruk yaitu komposisi.
3. Berdasarkan pertimbangan nilai atribut produk ikan kaleng yang meliputi : cita rasa, aroma, tingkat kekentalan, banyak ikan dalam kaleng, warna, dan kemudahan dalam membuka maka nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 0,674 atau 67,4% yang berarti konsumen merasa puas dalam mengonsumsi produk ikan kaleng tersebut.

5.2 Saran

1. Produsen produk ikan kaleng sebaiknya juga memperhatikan atribut Komposisi karena dengan menunjukkan komposisi yang jelas konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, selain itu produsen juga harus mencantumkan penulisan yang dapat menarik konsumen misalnya pada label ditulis komposisi dengan menggunakan ikan dan bahan-bahan yang berkualitas sehingga lebih meyakinkan konsumen bahwa produk ikan kaleng layak dan aman untuk dikonsumsi.

2. Produsen produk ikan kaleng harus memperbaiki desain kemasan setiap takaran saji pada label kemasan produk agar konsumen lebih tertarik untuk membeli selain itu produsen harus memperbaiki desain kemasan dengan membuat ciri khas yang mudah diingat oleh konsumen.
3. Produsen produk ikan kaleng harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen mengenai atribut tingkat kekentalan, aroma dan warna karena nilai WS rendah hasil dari analisis tingkat kepuasan, dengan ini maka produsen harus memperbaiki 3 atribut tersebut dengan menggunakan bahan-bahan berkuwalitas agar dapat menghasilkan baik aroma dan warna serta tingkat kekentalan yang pas sesuai dengan yang konsumen inginkan.