

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh atribut sensoris terhadap keputusan pembelian serta analisis kepuasan konsumen pada beberapa varian ledre, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen yang banyak mengunjungi toko oleh-oleh untuk membeli ledre yakni berasal dari dalam Kabupaten Bojonegoro, berjenis kelamin perempuan, berusia 17–25 tahun dengan pendidikan terakhir SMA/SMK, bekerja sebagai pegawai swasta, dan tingkat pendapatan per bulan < Rp 1.000.000.
2. Pengaruh atribut sensori terhadap keputusan pembelian produk ledre antara lain, atribut tekstur secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *Ny. Khusnul Machfoer*, *Super varian original*, dan *Cap Dua Pisang*, sedangkan secara simultan atribut sensoris tidak mempengaruhi keputusan pembelian ketiga produk ledre ini. Namun, pada produk *Prima Rasa*, *Super varian waluh*, dan *Super varian kacang hijau*, atribut sensori tidak berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk ledre. Kedekatan berdasarkan sifat sensori produk menunjukkan bahwa produk *Ny. Khusnul Machfoer* dan *Prima Rasa* merupakan pesaing berat antar sampel.
3. Keseluruhan produk ledre memiliki tingkat kepuasan sebesar 73,16%. Adapun tingkat kepuasan konsumen terhadap tiap produk ledre yakni produk *Ny. Khusnul Machfoer* sebesar 76,45%, produk *Super varian original* sebesar 73,20%, produk *Prima Rasa* sebesar 75,55%, produk *Super varian waluh* sebesar 70,10%, produk *Cap Dua Pisang* sebesar 71,97%, dan produk *Super varian kacang hijau* sebesar 71,68%.

**B. Saran**

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menganalisis beberapa merek produk ledre yang ada di Kabupaten Bojonegoro sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai produk dan varian lainnya.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan kualitas atribut sensori pada produk ledre di Kabupaten Bojonegoro agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.
3. Perlu adanya peningkatan aroma dan rasa khas pisang pada masing-masing sampel ledre.