

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis konjoin, atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih cookies varian keju di UMKM *Cookies* Surabaya adalah atribut produk jenis cookies dengan nilai kepentingan sebesar 31.456. Atribut berikutnya yang turut memengaruhi preferensi konsumen adalah harga (28.195), ukuran kemasan (26.785), dan intensitas rasa keju (13.564).
2. Preferensi konsumen terhadap produk cookies varian keju di UMKM *Cookies* Surabaya menunjukkan bahwa kombinasi produk yang paling disukai adalah Nastar Keju, ukuran kemasan 650 ml, harga Rp150.000–Rp200.000, dan intensitas rasa keju sangat terasa. Kombinasi atribut tersebut merupakan kombinasi yang paling sesuai dengan preferensi konsumen.

B. Saran

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada produk cookies varian lain atau UMKM sejenis untuk memperoleh perbandingan preferensi konsumen.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan atribut seperti tekstur, aroma, tingkat kemanisan, atau jenis kemasan, serta memperluas cakupan responden agar hasil penelitian yang diperoleh lebih representatif.