

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikaji sebelumnya diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Atribut yang dipertimbangkan oleh responden dalam memilih atau pun membeli produk benih semangka adalah atribut daya tumbuh, merek, kemasan, label, harga, benih bermutu, cepat dan mudah berbuah, tahan terhadap penyakit dan cuaca, kemudahan memperoleh benih dan produksi buah.
2. Persepsi kualitas (*perceived quality*) produk benih semangka oleh petani semangka yang tertinggi adalah merek Aura Kuning dan Bangkok Flower. Berdasarkan hasil analisis *perceived quality* bahwa produk benih semangka tersebut mempunyai PQ tertinggi yaitu 1,01 dibandingkan ketiga produk benih lainnya, yaitu PQ benih semangka merek Sun Flower sebesar 1,00, PQ benih semangka merek Kidung sebesar 0,99, dan PQ benih semangka merek Big Dragon 144 sebesar 0,98.
3. Berdasarkan peta posisi produk benih semangka, dapat diketahui atribut produk benih semangka yang perlu dibenahi oleh perusahaan untuk merek Aura Kuning dan merek Kidung pada atribut harga. Untuk merek Bangkok Flower atribut produk benih semangka yang perlu dibenahi oleh perusahaan adalah atribut kemudahan memperoleh benih, sedangkan pada merek Big Dragon 144 pada atribut daya tumbuh, kemasan, merek, label, kemudahan memperoleh benih, produksi buah, dan tahan terhadap penyakit dan cuaca. Selanjutnya untuk merek Sun Flower atribut produk benih semangka yang perlu dibenahi oleh perusahaan adalah pada atribut cepat dan mudah berbuah dan produksi buah.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Untuk produsen benih semangka Aura Kuning, meskipun produk sudah mempunyai performan yang baik dimata konsumen, namun sebaiknya perlu

perbaikan produk sehingga meskipun harga dikatakan mahal diharapkan dapat tercipta loyalitas petani akan produk benih Aura Kuning yang dianggap berkualitas menurut petani semangka.

2. Untuk produsen benih semangka Bangkok Flower, sebaiknya perlu perbaikan produk. Mengingat produk benih sudah cukup lama dipasarkan dan dikonsumsi oleh petani, sehingga memerlukan strategi dalam hal inovasi produk benih agar siap bersaing dengan produk benih semangka Aura Kuning.
3. Untuk produsen benih semangka Kidung, sebaiknya perlu perbaikan produk. Produk tersebut masih kurang dimata konsumen, strategi promosi yang lebih ditingkatkan merupakan salah satu solusi yang sebaiknya digunakan oleh produsen benih semangka Kidung agar petani lebih mengenal produk benih tersebut.
4. Untuk produsen benih semangka Big Dragon 144, sebaiknya perlu perbaikan karakteristik produk. Terutama berkaitan dengan performan kemasan, label dan pencantuman merek yang kurang tertera jelas dimata konsumen. Strategi perbaikan produk untuk menampilkan desain yang lebih menarik merupakan salah satu bentuk cara untuk mempertahankan kualitas produk dimata konsumen.
5. Untuk produsen benih semangka Sun Flower, sebaiknya perlu adanya peningkatan kehandalan produk. Evaluasi keberhasilan benih dapat dijadikan suatu strategi agar benih mudah diaplikasikan oleh petani pada saat budidaya semangka.
6. Untuk penelitian selanjutnya, dalam penelitian ini hanya terbatas pada analisis persepsi kualitas produk benih semangka terhadap petani semangka, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengkaji tentang keputusan pembelian, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian benih semangka.